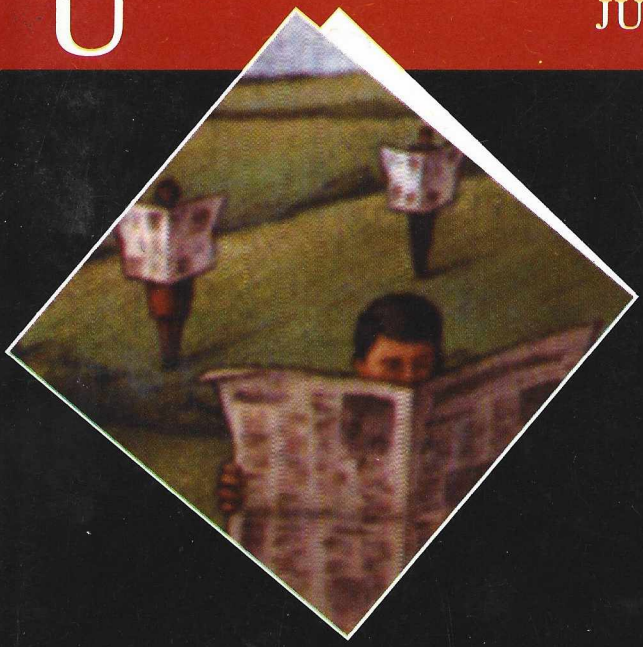
U

JURNALISM



TIPOLOGIA PRESEI ROMÂNEŞTI

MARIAN PETCU

INSTITUTUL EUROPEAN

UNIVERSITARIA

Ca rezultat al cercetărilor sale, în care a pus în operă modelele de analiză din sociologia şi economia comunicării, a organizaţiilor media, a profesioniştilor din domeniu, Marian Petcu a produs **prima monografie a presei scrise** *din România deceniului '90. Aş spune că lucrarea are chiar anvergura unei „enciclopedii" a presei scrise din această perioadă, care va rămîne, cu siguranţă, o lucrare de referinţă pentru toţi cei care vor relua studierea, în ansamblu sau sectorial, a acestui cîmp de cercetare.*

Ioan Drăgan

Din cuprins:

- **De la presa de ofertă la presa de cerere**
- **Economia informării**
- **Tipologia presei**
- **Recompunerea teritorialităţii mediatice**
- **Tipuri de publicaţii**
- **Crizele presei româneşti**

INSTITUTUL EUROPEAN

ISBN 973-611-138-5

PRET: 72000 lei

Colecția

UNIVERSITARIA

17

Seria

Comunicare

Cuvînt de mulțumire

Autorul acestei lucrări își exprimă deplina gratitudine față de cei care l-au sprijinit în realizarea cercetării – prof. univ. dr. Ioan DRĂGAN, prof. univ. dr. Mihai COMAN (Universitatea București) pentru permanenta și competenta îndrumare, doamnei Aurelia PERȘINARU, directoarea Centrului Național ISSN, cercetătorului Călin ANASTASIU, directorul AUDIMAS. Datorez, de asemenea, mulțumiri redacțiilor centrale și locale pentru sprijinul acordat în documentare, studenților mei.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale
PETCU, MARIAN
Tipologia presei românești / Marian Petcu – Iași;
Institutul European, 2000
300 p. 16 cm (Universitaria)
Bibliogr.
ISBN 973-611-138-5

070(498)

© Institutul European Iași
ISBN: 973-611-138-5

PRINTED IN ROMANIA

Tipologia presei românești

Marian PETCU

Prefață de Ioan DRĂGAN

INSTITUTUL EUROPEAN
2000

Tipologia presei românești

Marian PETCU

Prefață de Ioan DRĂGAN

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale
PETCU, MARIAN
Tipologia presei românești / Marian Petcu – Iași,
Institutul European, 2000
300 p. 16 cm (Universitaria)
Bibliogr.
ISBN 973-611-138-5

070(498)

© Institutul European Iași
ISBN: 973-611-138-5 INSTITUTUL EUROPEAN IN ROMANIA
2000

Prefață

„Mediamorfoza" ca dominantă a tranziției găsește în această lucrare consacrată tipologiei presei scrise și analizei determinanților cîmpului jurnalistic în acest deceniu o diagnoză riguroasă, documentată și de o reală expresivitate științifică.

Dintre mediile de masă, televiziunea a format, în ultimii ani, obiectul privilegiat al studiilor comunicaționale, inclusiv al cercetărilor și tezelor de doctorat. De asemenea, noile tehnologii de comunicare au reținut în măsură semnificativă atenția și preocupările cercetătorilor. În schimb, presa scrisă *a fost mai frecvent* comentată, *dar în registrul discursului eseistic și jurnalistic. Lipsesc, din păcate, monografii de ansamblu, ca și sinteze sectoriale asupra unui tip sau altuia de presă scrisă. Există o vădită discordanță între dinamica presei scrise după 1989 și direcționarea cercetărilor românești asupra cîmpului mediatic.*

În acest context, lucrarea elaborată de Marian Petcu oferă un răspuns valid la deficitul de cercetări consacrate presei scrise în perioada de tranziție. Încît aș spune că un prim merit al acestei lucrări este de a îndeplini rolul de revelator al dificultăților enorme pe care trebuie să le surmonteze cercetătorul care își asumă acest obiect de studiu. Menționez cîteva dintre aceste dificultăți care ne dau măsura curajului intelectual, a temerității acestei abordări a media și, indirect, a valorii științifice a lucrării elaborate.

Presa scrisă a fost, imediat după evenimentele din decembrie 1989, componenta cea mai dinamică a exploziei informaționale *declanșate de aceste evenimente. De fapt, telerevoluția a fost urmată imediat de începuturile unei revoluții comunicaționale marcate îndeo-*

sebi de multiplicarea aproape instantanee a ziarelor și revistelor, paralel cu reconvertirea publicațiilor existente. „Privatizarea" presei scrise s-a încheiat rapid, acest media dovedindu-se a fi actorul social cel mai dinamic al reformei și în genere al tranziției. Aceasta a și fost prima etapă a formării în România a unui sistem media policentric.

În lipsa investițiilor pentru noi canale și stații de televiziune și de radio, spațiul mediatic a fost invadat, în prima fază a liberalizării comunicării, de presă, tipărituri, afișe, ziare, reviste naționale, locale și regionale etc. În anul 1990, apăreau deja peste 1500 de titluri de ziare, reviste și alte publicații. Comparativ cu anul 1989, numărul publicațiilor a crescut pînă în 1999 de circa zece ori.

Autorul reconstituie cu instrumentele diagnozei științifice marile etape și liniile de „forță" care au marcat emergența și reconstrucția spațiului comunicațional și a pieței mediatice din România. După mai mulți autori, pe care Marian Petcu îi și citează, acest proces se cristalizează pe o serie de coordonate care merg de la „fascinația libertății regăsite a cuvîntului public" și afirmarea, în explozia presei scrise, a principiului democratic al „pluralismului informațional și de opinie" – ca primă concretizare a unui spațiu fundamental al libertății – la fenomenul grupării și regrupărilor de pe piața presei scrise (în care ziarele independente sînt acompaniate de vocea celor afiliate economic sau politic) care va conduce la primele grupuri de interese ce acționează pe piața mediatică; apoi, la tendința tot mai pronunțată a sistemului mediatic de a se substitui cîmpului politic pe cale de constituire, care va genera, pe de o parte, conflicte între actorii politici și media, iar pe de altă parte, „intersecția" unor poli economici și mediatici.

Nu lipsesc din analize fenomenele disfuncționale legate de tendința de restrîngere a libertății și independenței presei, alunecările facile ale acesteia spre senzaționalism sau unele consecințe sociale disfuncționale (efecte de dezorientare și dezagregare socială într-o societate în plină restructurare).

Așadar, o enormă schimbare cantitativă și calitativă, extrem de greu de evaluat, cu atît mai mult cu cît avea loc în condițiile absenței unui sistem informațional fiabil, care să constituie o sursă validă de date pentru cercetător. În al doilea rînd, trebuie reținut fenomenul volatilității extreme din lumea presei tipărite – apariții și

dispariții frecvente de titluri, reafilieri instantanee, deplasări, intrări masive de personal avînd cele mai diverse formații în spațiul profesional al jurnaliștilor, mobilitate însoțită de o deprofesionalizare marcată a acestui corp social. Într-un cuvînt, o evoluție browniană care se lasă greu disecată, clasificată, tipologizată. Diversificarea, într-un ritm uluitor, a presei scrise la nivel național, regional și local pune de asemenea probleme dificile cercetătorului, ca să nu mai vorbim de recompoziția teritorială a acestei prese, de finanțarea și organizarea acesteia, de fluctuațiile tirajelor și de lacunele și incoerențele înregistrării informației referitoare la toate aceste aspecte. Menționez, totodată, că ineditul și ritmul acestor procese socio-comunicaționale confruntă modelele clasice de analiză și evaluare a presei scrise cu o experiență care se supune mai greu unor grile și standarde de evaluare constituite în alte contexte.

Autorul s-a confruntat realmente cu o gamă nebănuită de dificultăți și sfidări, care i-au cerut inovație metodologică, un efort de documentare cu totul excepțional, o muncă deosebită de comparare a surselor de date (de cele mai multe ori lacunare și contradictorii), o atenție specială pentru adecvarea modelelor de analiză la o realitate inedită și în mișcare, extrem de complexă.

Explorarea aproape exhaustivă a surselor de informații despre presă conferă acestei lucrări o valoare științifică și documentare unică în ansamblul lucrărilor consacrate mediilor din România, ea realizînd un proiect științific în premieră la noi în țară. Explorarea bibliografiei consacrate acestei teme este și ea cuprinzătoare, dacă nu chiar exhaustivă.

Ca rezultat al cercetărilor sale, în care a pus în operă modelele de analiză din sociologia și economia comunicării, a organizațiilor media, a profesioniștilor comunicării, autorul a produs prima monografie a presei scrise *din România deceniului '90. Aș spune că lucrarea are chiar anvergura unei „enciclopedii" a presei scrise din această perioadă, care va rămîne, cu siguranță, o lucrare de referință pentru toți cei care vor relua studierea, în ansamblu sau sectorial, a acestui cîmp de cercetare.*

Lucrarea este centrată pe analiza mediului socio-economic *al emergenței și dinamicii presei scrise în această perioadă (cadrul reglementar, politic, economic, financiar al presei), pe* cuantificarea

dinamicii titlurilor *(cu tot ce implică aceasta) și mai ales pe* analiza tipologică *a produselor mediatice, în acest caz a ziarelor și revistelor și a caracteristicilor dominante ale* discursului jurnalistic *în diferitele faze din această perioadă. De pildă, cred că autorul situează corect, în interacțiunea și evoluția lor, ceea ce denumește jurnalismul de tip „intelectualist elitist", care abundă în opinii (dominant și ca audiență în anii '90-'92), cu jurnalismul „de informare", care se afirmă treptat în ultimii ani și jurnalismul „popular", „malign" (de investigație și senzaționalism), inaugurat de* Evenimentul zilei *și care proliferează ca tip de discurs jurnalistic.*

În ceea ce privește dinamica titlurilor apărute, autorul a calculat corect „vîrful" atins în anul 1993, an după care rata anuală a noilor apariții se reduce la jumătate (42,5% în 1993 și doar 21% în 1994). Este, de altfel, prima analiză în termeni științifici a semnificațiilor și consecințelor crizei presei scrise din anii 1992-1994. Folosirea ca tehnică de calcul a indicatorului „ratei anuale a noilor apariții" permite o estimare mai corectă a dinamicii titlurilor de presă și înlăturarea aproximațiilor eronate, cum este cazul Catalogului general al mediilor din România. *În ediția sa din 1996, acest Catalog raporta șapte mii de titluri pentru perioada 1990-1996, pentru ca în ediția din 1998 același Catalog să reducă numărul apariților la doar patru mii. După calculele, estimările și compararea datelor din mai multe surse, autorul a ajuns la o cifră cu siguranță mult mai veridică și anume 4958 de titluri apărute în perioada analizată. Din prelucrarea mai multor date, autorul a dedus media anuală a „titlurilor active", care a fost în perioada 1989-1998 de 1287,7 titluri (respectiv 5,69 titluri la 100.000 de locuitori), iar în perioada 1990-1998 de 1374,7 titluri, adică 6,13 titluri la 100.000 locuitori.*

Datele furnizate în lucrare confirmă teza – în general acceptată – că România se află pe primul loc mai ales în dimensiunile cantitative ale revoluției comunicaționale înregistrate începînd cu anul 1990. Dacă în Polonia au apărut 600 de titluri noi între decembrie 1989 și martie 1990, în România au apărut 900 de titluri noi în aceeași perioadă.

După prezentarea mai multor modele de tipologizare a presei scrise, autorul construiește o tipologie *proprie a presei românești din*

această perioadă și face prima clasificare tipologică a ziarelor, periodicelor și altor publicații apărute la noi în acest deceniu (1. presa de informare generală; 2. presa politică; 3. culturală; 4. confesională; 5. presa de divertisment; 6. științifică; 7. economico-financiară; 8. militară; 9. administrativ-legislativă; 10. sportivă; 11. presa magazin ș.a.m.d.). Sînt extrem de elocvente diagramele evoluției fiecărui tip de presă în perioada 1989-1999. Din totalul titlurilor apărute în această perioadă (adică 4958 titluri), cele de „informare generală" se situează pe locul al II-lea (532 titluri), după cele „științifice" (locul I – 550 titluri), fiind urmate de presa „de divertisment" (522 titluri) și de cea „culturală" (514 titluri), ceea ce arată o configurație aparte, echilibrată, a distribuției tipologice a presei noastre.

Un capitol distinct al lucrării este consacrat presei regionale și locale, distribuirii teritoriale a editării presei *din România. Nici o lucrare de pînă acum nu a întreprins un astfel de exercițiu de sociologie a mass-media din țara noastră. Cartogramele distribuției teritoriale a presei și corelarea acestora cu indici de modernizare și urbanizare constituie un demers științific original al autorului acestei lucrări. Sînt astfel clasificate după indicatori ai media, județele și ariile țării. Mai importantă este cartografierea formării rețelelor de publicații și (în alt capitol) analiza fenomenului de concentrare a presei, ceea ce permite autorului să identifice și să „deseneze" principalii „poli" ai „rețelelor" și „concentrărilor" mediatice din România. Figurează aici și primele informații sistematice privind investițiile de capital străin în rețelele media din România. Autorul subliniază că expansiunea presei regionale și locale pare să urmeze un traseu similar celui din țări occidentale.*

Analiza secundară a datelor culese prin sondaje și anchete efectuate în această perioadă de diferite institute și centre de cercetare i-a permis autorului să traseze hărțile „în mișcare" (și) ale audienței *și* credibilității *presei din România. Au fost astfel reliefate căderile și crizele de identitate și de legitimitate ale ziarelor, ascensiunea și căderile cîteodată catastrofale ale unor ziare care au abdicat de la „contractele" invizibile, dar foarte puternice dintre instanțele mediatice și instanțele de receptare. Cum este și firesc, în lucrare se află analize cu totul relevante asupra* difuzării *presei.*

Autorul aduce lumină și în ceea ce privește compunerea, evoluția, stratificarea, redistribuirea corpului jurnaliștilor profesioniști din presa scrisă. Sînt oferite și cîteva „micromonografii" ale unor publicații, ziare centrale sau regionale.

Lucrarea nu este doar un inventar descriptiv sau un atlas al „geografiei" tipologice și teritoriale a presei românești în deceniul încheiat. Deși trebuie recunoscut că autorul a reunit și prelucrat un volum impresionant de date, ceea ce este esențial pentru o lucrare de factură sociologică. Reușita acestui proiect științific ține de faptul că autorul stăpînește bine teoriile și modele din sociologia comunicării pe care s-a bazat în cercetarea întreprinsă, în construcția metodologică a proiectului său de cercetare și în finalizarea acestuia.

Prof. univ. dr. Ioan DRĂGAN

Argumentum

Lectura ziarului, prima ocupație a vieții civilizate.
Eugène Tavernier, 1902

Presa se constituie ca instituție a spațiului public modern începînd cu secolul al XIX-lea, ea fiind suportul și principalul mijloc de manifestare a principiului publicității, în sensul dat de J. Habermas. Noțiunea de spațiu public comportă două dimensiuni – „cea a sferei de liberă exprimare, de comunicare, de dezbatere publică, în sensul de instanță mediatoare între societatea civilă și stat, între cetățeni și puterea politico-administrativă și cea a unei scene publice, de acces la vizibilitatea publică a actorilor și acțiunilor, a evenimentelor și problemelor sociale" (QUÉRÉ, L., 1992, 101).

Afirmarea presei ca instituție mediatoare este dependentă de politic, relația libertate-comunicare presupunînd în societățile democrate „crearea unui spațiu de comunicare în care să poată intra în dialog componentele vieții naționale (...), în care oamenii să pătrundă și să se exprime" (MACLET, T., 1999, 116). În România, regimul comunist crease un sistem monocentric al comunicării de masă, conceput să sprijine exclusiv sferele publice oficiale și să combată apariția celor alternative. Din această perspectivă, sistemul mediatic românesc „nu a contribuit în nici un fel la declanșarea revoluției, pe 15 decembrie (1989), și nici la continuarea ei, pînă pe 22 decembrie, cînd Ceaușescu a fugit din București" (GROSS, P., 1999, 61), servind pînă în ultimul moment la întărirea *status-quo*-ului.

Meritul de necontestat al presei a fost cel de a se fi situat pe poziții antitotalitare începînd cu 22 decembrie 1989, de a fi optat în mod radical și ireversibil pentru democrație. Aceasta a contribuit direct la constituirea și evoluția societății civile, a instituțiilor democratice, fiind locul de manifestare pentru diferitele opinii și polemici: „în diferite grade și cu succes diferit, ele (media) au servit ca agent informator, socializator, chiar ca și sprijin psihologic și emoțional" (GROSS, P., 1999, 88).

Tranziția societății românești de la un sistem socio-politic totalitar la unul democratic a fost însoțită și stimulată de o presă nouă, emancipată (autonomizată, după O. Manaev), pluralistă, care a oferit suportul interacțiunii dintre diferitele grupuri sociale. Demasificarea progresivă a societății românești, decomunizarea culturii și a comunicării sociale datorează mult presei scrise din ultimii zece ani, o presă preocupată de „redefinirea contractului de comunicare mediatică, reinstituirea credibilității și recaptarea instanței receptive" (FRUMUȘANI, D., 1997, 138).

Drumul parcurs de presă din momentul dispariției „puterii mediatizatoare, organizată în vederea manipulării" pînă în cel al constituirii societății civile, ca societate configuratoare de opinie liber exprimabilă (HABERMAS, J., 1998), a făcut obiectul mai multor cercetări, dintre care le amintim pe cele ale Laboratorului Media (ISAR), coordonate de profesorul Ioan Drăgan, cele ale profesorilor Mihai Coman și Daniela Rovența-Frumușani (Universitatea București), precum și ale unor cercetători străini ca Peter Gross, Jean-Paul Lafrance, Gina Stoiciu, Nicolas Pellisier și alții.

Adesea, prin cercetările inițiate s-au identificat principalele etape parcurse de media: 1) perioada euforică, iruperea din decembrie 1989 (cu un foarte scurt consens național); 2) perioada disfonică 1991-1992; 3) consumul critic, selectiv al media, însoțit de fidelizarea publicului între 1992-1997 (Daniela Rovența-Frumușani, 1997, 1999). Sau: 1) destructurarea instituțiilor totalitare și comuniste și euforia libertății, în special a celei de expresie, cînd mijloacele de comunicare în masă au fost principalii actori ai spațiului public; 2) agravarea conflictului dintre noua putere (percepută mai ales ca un substitut funcțional al vechilor structuri), cînd media devine cutia de rezonanță a unui adevărat război politic și psihologic între tendințele care se

confruntă în lupta pentru controlul tranziției post-totalitare; 3) apariția premiselor articulării democratice a spațiului public, context în care mijloacele de comunicare se conduc, de o manieră lentă și ezitantă, spre logica informării (Ioan DRĂGAN, Jean-Paul Lafrance, 1995).

Alteori, obiectul cercetării l-a constituit discursul politic mediatizat, credibilitatea acordată media, influența media asupra comportamentului electoral, presa ca suport de difuzare a mesajelor publicitare ș.a.m.d.

Cercetarea noastră vizează transformările pe care le-a suferit presa în perioada de tranziție – „mediamorfoze" – cu accent pe distribuția sa tipologică, precum și pe evoluțiile celorlalți „determinanți" ai jurnalismului și ai producției sale specifice.

De la presa de ofertă la presa de cerere

DISPOZITIVUL METODOLOGIC ŞI IPOTEZELE GENERALE DE CERCETARE

Cercetarea tranziției societății românești de la comunism la democrație poate fi abordată și prin prisma evoluției sistemului mediatic în ansamblu ori a unuia dintre media, care să se bucure de un tratament individualizat, corespunzător cadrului epistemologic reclamat de obiectivele demersului științific. Prisma pentru care am optat în lucrarea noastră este cea a unui singur canal – presa scrisă –, analiza ei oferind informații de o relativă pertinență și asupra comunicării sociale în general.

Instrument privilegiat al totalitarismului, instituție/actor al schimbării sociale și politice, instrument de legitimare/accedere în spațiul public, producător și obiect de discurs, presa constituie una dintre „oglinzile" metamorfozei sociale a României de după decembrie 1989.

Cercetarea asupra unui canal de comunicare nu presupune însă reducerea investigației doar la rolul de suport (LARAMMÉ, A., VALLÉ, B., 1991, 85) ci și analiza contextului care influențează comunicarea mediatizată. Pentru a sesiza principalele particularități ale tranziției la nivelul media vom urmări atît condițiile de producere a discursului jurnalistic, din punct de vedere profesional, politic,

normativ, economic, cît și produsele mediatice, din perspectivă tipologică. Apelul la variabilele contextuale este impus de obiectivele cercetării, iar cel la formele concrete de materializare a producției jurnalistice de imperativul de a nu studia exclusiv mediul socio-economic al jurnalismului, ci și de a-i explica evoluția ca rezultat al interacțiunilor dintre un produs cultural, o practică profesională, o instituție economică și contextul lor (CHARRON, J., BONVILLE, J., 1996, 15). În același sens remarcăm și invitația lui J. Hartley: „Pentru a înțelege un discurs (aici, în sensul de discurs mediatic global), trebuie să analizăm mai atent condițiile sale sociale, politice și istorice de producere și de consum, deoarece acești determinanți vor modela semnificația, modul său de producere, statutul de care se bucură, indivizii care îl folosesc și chiar utilizările pe care acest discurs le are ..." (HARTLEY, J., 1999, 16).

Acest imperativ este reclamat și de faptul că, de regulă, „comunicarea implică schimbarea, ea putînd fi deopotrivă cauza și efectul schimbărilor din structura socială (relațiile ordonate dintre actorii sociali)" (McQUAIL, D., 1999, 23), în societățile moderne „mai marea libertate și individualitate fiind susținute de un sistem de comunicare complex, care oferă un mecanism de integrare funcțională într-o societate extinsă, ce depășește integrarea normativă a formelor sociale comunitare anterioare".

Dificultățile de ordin metodologic provin din aceea că în ultimii zece ani presa nu a constituit obiectul unor cercetări de tipul celei pe care o propunem, sărăcia de date fiind în acest context un serios impediment. Pe de altă parte, „informațiile fiabile referitoare la aceste transformări sînt sporadice, incomplete, nesigure (...) discursul despre mass-media autohtonă, dezvoltat de revistele literare și de «reflecție culturală» este tributar unei perspective elitiste, frustrat-critice asupra presei și jurnaliștilor, perspectivă în care judecățile preced adeseori analizei și evaluării obiective a acestor fenomene" (COMAN, M., 1999, 10).

Principalele ipoteze de cercetare

1. După momentul politic decembrie 1989, în România a avut loc o explozie informațională, cea mai dinamică componentă a sistemului mediatic fiind, în prima fază, presa scrisă.

Pentru operaționalizarea acestei ipoteze am realizat anchete în 11 județe, colectînd și prelucrînd, în același timp, date din Depozitul legal național și valorificînd (analiză secundară) *Bibliografia Națională Română* (Seriale) și datele statisticii naționale oficiale, precum și alte surse (vezi capitolele „Colectarea datelor" și „Populația statistică"). Comparațiile cu situația presei din anul 1989, pe baza indicatorilor – producție presă, titluri de ziare și reviste la suta de mii de locuitori, rata anuală a înnoirii ofertei mediatice și altele – au contribuit, într-o măsură considerabilă, la verificarea acestei ipoteze.

2. Sistemul mediatic românesc, cu o structură piramidală, cunoaște un proces de descentralizare-autonomizare, devenind unul policentric. Anchetele au vizat dezvoltarea activității editoriale la trei niveluri – național, local și regional –, ceea ce a permis sesizarea principalelor manifestări ale descentralizării (vezi abordarea de tip areal – „Recompunerea teritorialității mediatice", „Presa românească în arii și vocații").

3. Oferta românească de presă s-a sincronizat, din punct de vedere tipologic, cu cea din spațiul cultural european (vezi „Tipologia presei", referințele la țările vest-europene și la cele foste comuniste).

4. În România au apărut tipuri noi de publicații care sînt reflectări ale schimbărilor sociale, economice, culturale, instituționale, demografice și politice înregistrate în perioada analizată. Ritmul fondării unui anumit tip de presă, precum și durata de viață a diferitelor publicații sînt în relativă dependență cu schimbările amintite.

5. Între dezvoltarea economică a unei zone și volumul de presă editat la nivelul acesteia există o relație de interdependență; gradul de concentrare a editorilor la nivel local depinde de nivelul de urbanizare a acestuia („Presa locală și regională").

6. Presa românească a cunoscut crize succesive care și-au pus amprenta asupra relației dintre producția mediatică și piață/lectorate.

7. Între ponderea unui anumit tip de presă în oferta globală și evoluțiile din celelalte componente ale sistemului mediatic autohton

există o relație de influență (vezi „Crizele presei românești" – indicatorii de audiență).

8. Evoluțiile din domeniile economic, politic, normativ și profesional (crizele de identitate/legitimitate/situare) au o influență directă asupra ofertei de presă (asupra conținutului, ciclului editorial, ariilor de vocație) – vezi „De la presa de ofertă la presa de cerere".

9. În perioada de tranziție se manifestă un proces de concentrare/„trustizare" media, în condițiile unei autoadministrări defectuoase („subadministrare") a unor organizații media și ale afirmării altora, cu potențial economic mare.

Cercetarea s-a desfășurat pe perioada 1995-1998, etapa de colectare a datelor, 1999 fiind etapa de prelucrare și interpretare. Metodele utilizate au fost ancheta sociologică, analiza secundară, analiza documentelor sociale, interviul (vezi „Tipologia presei – orientări metodologice").

JURNALISMUL – O PROBLEMĂ DE LEGITIMITATE SOCIALĂ

Tranziția de la jurnalistul valet la jurnalistul contestatar a fost una dintre realitățile care au marcat evoluția presei românești post-comuniste, îndeosebi sub aspect calitativ.

Pentru a ilustra rolul atribuit jurnaliștilor și, în sens mai larg, presei în timpul guvernărilor comuniste, facem apel la două documente din două momente importante – 1977 și 1988 – care nu necesită comentarii: „Presa este un instrument al partidului și trebuie să difuzeze politica partidului în toate domeniile de activitate (...). În domeniul presei (...) trebuie să luăm o serie de măsuri *contra oricărui spirit liberal* (s.n.) ce lasă deschisă ușa concepțiilor ce nu servesc educației socialiste și comuniste" (CEAUȘESCU, N., 1977, 1); „Ziariștii, toți lucrătorii din presă *pun în centrul activității lor* (s.n.) studierea și ferma înțelegere a activității de o excepțională importanță a tovarășului Nicolae Ceaușescu, a concepției sale profund științifice de creare a noii societăți cu poporul și pentru popor, bazată pe

evaluările obiective și condițiile concret istorice din țara noastră și nu pe modele de import" (*Presa Noastră*, nr. 11, 1988).

Principalele funcții ale presei românești, așa cum rezultă atît din documentele oficiale, dar și dintr-o analiză a cotidianului *Scînteia*, realizată de profesorul Peter Gross erau: de a întreține cultul personalității președintelui Ceaușescu și al familiei sale; de a face cunoscută și a explica politica partidului în diferite domenii; educarea/îndoctrinarea politico-ideologică, propaganda și agitația; mobilizarea asupra obiectivelor economice, sociale, culturale și politice definite de partid; apărarea, a priori și posteriori, contra atacurilor străine privind situația din România și politica oficială (GROSS, P., 1992, 52). În aceste condiții, autorul citat se simțea îndreptățit să afirme că România „oferă exemplul unei națiuni a anilor '80, dotată cu un sistem social-politic și cu organizare a presei marxist-leniniste de tip dogmatic, demnă de anii '50".

Întrebările care se puneau în decembrie 1989, dar și ulterior, au fost în ce măsură respectaseră jurnaliștii „contractul social" pînă atunci și ce anume va legitima practicile lor profesionale după prăbușirea comunismului? În cazul lor, „legitimitatea ține de un consens generalizat ce poate fi asimilat contractului social (...). Acesta delegă jurnaliștilor rolul de reprezentanți ai publicului pe lîngă deținătorii puterii" (BERNIER, M. F., 1996, 178). Înțelegînd prin practici profesionale suma acțiunilor orientate direct spre realizarea produsului mediatic, cărora le sînt specifice funcțiile de observare, de interpretare (sau reconstrucție) și de narare (CORNU, D., 1994, 403), constatăm că pînă în anul 1990 fiecare dintre acestea purta amprenta ideologiei oficiale. Observarea, care presupune o raportare constantă la adevăr, ca și reconstrucția, ce conține o intenție de imparțialitate, de absență a *parti-pris*-urilor, în fine, nararea, ca manifestare a autenticității, au fost impregnate de partizanat, conformism și limbaj oficial, ceea ce legitimează punerea semnului egalității între presa comunistă și propagandă. Altfel spus, practicile profesionale nu se exercitau în temeiul unor relații contractualiste – jurnaliștii nu erau delegați să supravegheze puterea, ci să o servească, fiind integrați acesteia.

Deficitul de credibilitate provocat de situația invocată s-a diminuat începînd cu momentul în care presa a trecut de la „logica

persuasivă la logica informării", „de la discursul instituțional la mediatizarea cotidianului" (DRĂGAN, I., 1994, 1).

În general, schimbarea practicilor jurnalistice provine din factori exogeni (economici, tehnici etc.) și endogeni (auto-reglementare, „spirit de corp" etc.), dar viteza și amploarea pe care le pot cunoaște manifestările unuia sau mai multor factori depinde de sistemul politic, lucru confirmat și de evoluțiile din țara noastră. Schimbările reclamate de momentul prăbușirii regimului comunist erau cele sugerate mai sus: reinstaurarea relației profesionale cu evenimentul, nonideologizată; cu publicul – contractualistă, și cu puterea politică – autonomia. Ele au avut însă o evoluție lentă și contradictorie, cunoscînd momente de criză – toate tranzițiile sînt generatoare de crize -, de succese și de stagnări.

Pentru a explica, fie și parțial, specificul tranziției presei românești din perspectiva legitimării sociale, să vedem, mai întîi, cine sînt practicienii jurnalismului.

Jurnaliștii

Dacă producția de presă este una socială, cine sînt actorii sociali care participă la realizarea acestei producții? De unde vin, cîți sînt și, mai ales, cum sînt? Iată cîteva dintre întrebările ale căror răspunsuri explică, într-o bună măsură, evoluția post-comunistă a presei românești.

După liberalizarea accesului la profesie, comunitatea jurnaliștilor a devenit atît de numeroasă și de eterogenă încît nu există date statistice credibile referitoare la acest grup. Este cert însă că, în anul 1989, posedau atestate de ziarist 2060 persoane, distribuite în toate tipurile de media (CHARRON, J., 1991, 102), unii cercetători apreciind că numărul total al celor ce profesau – atestați și colaboratori – ajungea la 3000. Or, numai pînă în vara anului 1991, potrivit unei statistici ROMPRES, numărul titlurilor apărute în România era de 1156, de unde rezultă o medie de 0,56 jurnaliști profesioniști/titlu (în condițiile în care toți ar fi lucrat exclusiv în presa scrisă).

În anul 1992, bunăoară, în cele 98 de sindicate afiliate la Societatea Ziariștilor din România, „federație a sindicatelor din în-

treaga presă", erau cuprinși 6.909 membri (Documentar SZR, 1992). „România postdecembristă a lansat o nouă ocupație – arăta Andrei BODIN (*Dilema*, nr. 232, 1997) referindu-se la acest proces – cea de ziarist (...). Ziaristul de azi, fie că e la bază inginer, economist, filolog sau a absolvit cu dificultate șapte clase, a simțit nevoia să-și creeze un model cultural. Și astfel s-a născut ceea ce francezii numesc *filosoful mediatic*, omul care se pricepe în literatură, politică, logică, filosofie, un fel de băiat bun la toate...".

Contrariat de prestația discutabilă a noilor intrați în comunitatea profesională, Andrei PLEȘU afirma, la rîndul său: „...asistăm la o invazie a oamenilor de mîna a doua și a treia (...). Au apărut, ca din pămînt, sute și sute de ziariști tineri pripiți care au încă stupori gramaticale și bătrîni frustrați care vor să sfîrșească în forță. Te miri cine te încondeiază drastic, te ia de sus, dă cu tine de caldarîm, te mustră, te clasează, te desființează sau te iartă" (*Dilema*, nr. 21, 1993).

Startul a fost inegal – unele redacții, consolidate în timp, acceptă foarte puțini dintre noii veniți, iar altele noi nu au de unde alege ori sînt constituite numai din noii jurnaliști – gruparea pe organizații era între 150 jurnaliști, *Adevărul*; 112, *România liberă*, trecînd prin redacțiile cotidianelor județene, în medie 18, pînă la noile săptămînale, al căror număr depășea rareori 10 angajați permanenți (1990).

Potrivit statisticii oficiale naționale, numărul mediu de salariați pe ramuri ale industriei, clasa „edituri, poligrafie și reproducerea înregistrărilor pe suporți", în care se găsesc integrați jurnaliștii din presa scrisă și profesiile asimilate, a cunoscut următoarele evoluții:

mii

Anul	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Total salariați	26	23	24	32	28	22	22	14	32

În prezent, numărul jurnaliștilor este apreciat la circa 20.000, în tot sistemul mass media, dar nu se cunoaște cîți sînt profesioniști și cîți reprezintă profesii asociate. Spre exemplificare, în anul 1997, *Evenimentul zilei* avea un număr de peste 500 de angajați, din care 480 reporteri și redactori, *România liberă* 495 angajați, din care 160 jurnaliști, iar *Adevărul* 80, redacțiile celor mai multe cotidiane locale

fiind compuse din 18-25 jurnaliști; un grup cum este cel rezultat din asocierea *Nord Est* (Iași) și *Curentul* (București) avea 1500 salariați, din care 800 jurnaliști (1999). Redacțiile de cotidiane locale au un număr variabil de angajați, în funcție de profil și număr de pagini – în județul Bihor, bunăoară, *Vest* (Oradea) avea 20 angajați implicați în activitatea de producție (11 reporteri și redactori, 1 fotoreporter, 5 tehnoredactori, 2 secretari de redacție); la *Jurnalul bihorean* lucrau 28 angajați (15 reporteri, 8 redactori, 5 tehnoredactori), la care se adăugau 10 colaboratori; *Crișana* avea 36 angajați permanenți (17 reporteri, 6 redactori, 5 tehnoredactori, 2 fotoreporteri) și 10 corespondenți (noiembrie 1999).

Singurele date statistice oficiale, elaborate de Ministerul Muncii și Protecției Sociale împreună cu Comisia Națională pentru Statistică, referitoare la forța de muncă din activitatea editorială sînt grupate în indicatorul „Edituri, poligrafie și reproducerea înregistrărilor pe suporți". În cadrul acestui indicator, pe baza unei anchete naționale („S2" – C.N.S.), sînt evidențiați statistic cei care au lucrat ca „ziarist" cel puțin 22 zile în luna octombrie a fiecărui an, începînd cu anul 1993.

număr

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Edituri, poligrafie și reproducerea înregistrărilor pe suporți							
Ziarist	407	2.634	2.115	1.677	2.277	1.401	2.665

Sursa: Comisia Națională de Statistică (date nepublicate, valabile la 10 august 2000)

În anul 1998, spre exemplu, numărul total de salariați în ramura amintită a fost, conform anchetei S2, de 1.452, iar cel al ziariștilor de 1.401, din care 812 bărbați (58%) și 589 femei (42%).

Menționăm că datele sînt colectate și prelucrate conform *Clasificării Ocupațiilor din România* (C.O.R.), în cadrul căreia, la grupa minoră 245 se află subgrupa 2451 „Scriitori, ziariști și asimilați", în care sînt incluse ocupațiile: „caricaturist, comentator publicist, corector, corespondent special în țară și/sau străinătate, corespondent radio, corespondent presă, critic de artă, editorialist, fotoreporter, lector de presă sau de editură, scriitor, secretar de ediție, secretar de

redacție, șef agenție de publicitate, tehnoredactor, translator emisie, *ziarist* (s.n.), critic literar, critic muzical, comentator politic, desenator artistic". Două precizări suplimentare sînt necesare: datele din tabel se referă exclusiv la cei care au contracte de muncă înregistrate la Camera de muncă, ca ziariști, și au fost incluși în anchetă; în ciuda agregării bizare de ocupații, indicatorul este elaborat conform metodologiilor specifice din Uniunea Europeană.

Pentru comparație, redacțiile cotidianelor regionale spaniole au, în medie, 70 jurnaliști titulari (la unele titluri oscilează între 230 și 12), la care se adaugă un număr variabil de colaboratori; ponderea este de 84% angajați în activități de redactare/pregătirea textelor, 8% foto, 7,5% machetatori/paginatori. Din total, 75% sînt licențiați în științele informării, 11% în alte științe umaniste, 14% autodidacți. Pentru același tip de publicații, în Marea Britanie lucrează în jur de 4000 jurnaliști permanenți și 1500 ocazionali; în Germania, o redacție locală are, în medie, 12 jurnaliști (DE MIGUEL, 1996, 77); în SUA, din cei 120.000 jurnaliști profesioniști, 60% lucrează în presa scrisă și 30% în televiziune; 80% dintre ei au studii superioare.

Cum sînt jurnaliștii?

În absența unor cercetări asupra comunității profesionale, facem apel la cîteva dintre luările de poziție ale unor cunoscuți analiști.

Dispuși la compromis, apreciază Andrei PLEȘU (*Dilema*, nr. 232, 1997): „Prinși în acest torent reformator, n-am observat că există totuși o categorie care – în mare măsură – a rămas neschimbată, chiar dacă și-a modificat cu totul (și, adeseori, sincer) metodele, retorica, ideologia. Este vorba de categoria gazetarilor. Tocmai ei, care au întreținut zgomotos discursul reformist și au cerut sistematic înlocuirea edecurilor, tocmai ei au rămas nominal – aceiași! Nu înseamnă că n-au apărut și figuri noi. Dar liderii de opinie, marii fabricanți de jurnale, vedetele sînt, în fond, oameni care s-au format și s-au afirmat sub vechiul regim; uneori talentați, uneori cumsecade, dar întotdeauna «adaptați» la regulile jocului totalitar, gata să profeseze toate «abilitățile», de la mica obediență, pînă la marele compromis (...).

Gazetarii sînt ipostaza noastră publică, emblema «tranziției» noastre către noi înșine...".

Partizani isterici, cel puțin la începutul perioadei de tranziție, credea Mihai BOTEZ (*Dilema*, nr. 25, 1993): „...Azi găsim mai puțină isterie partizană și mai multă toleranță și înțelegere pentru parteneri în mai largi segmente ale presei românești decît în urmă cu trei ani. Și parcă a scăzut și cantitatea de sentințe justițiare definitive, cu caracter de generalitate, demonstrate (greșeală logică!) prin exemple".

Huligani, ținea să precizeze Gabriel ANDREESCU (*22*, nr. 35, 1998), referindu-se la atacurile reciproce dintre jurnaliști: „Cum vom ieși din stadiul huliganic al presei, dacă segmentul ei central este dominat de Ion Cristoiu, Cristian Tudor Popescu, Octavian Paler și alții pe care nu-i mai numesc? Schimbarea (în sensul atingerii standardelor firești de civilizație) ar fi trebuit inițiată de ziariști și de grupurile lor profesionale. Îi cunosc suficient de bine pentru a afirma: din interior, această schimbare este imposibilă. Sentimentul de forță pe care li-l dă accesul la pagina scrisă, cuplat cu sentimentul de impunitate față de ceea ce scriu, tentează imensa majoritate a ziariștilor să refuze impunerea unor condiții de practicare a meseriei, așa cum funcționează ele în țările cu tradiție democratică...".

Tentația de a respinge astfel de evaluări este temperată de cantitatea redusă a argumentelor în acest sens. Trebuie remarcat însă că a existat în toată această perioadă un „trunchi" de practicieni ce au întrunit datele profesionalismului, e drept, mai puțin vizibil datorită moderației sale și, cel mai adesea, subreprezentat în raport cu cei care „dădeau tonul".

Revenind la problema legitimității și construcției identitare a jurnaliștilor, propunem un inventar parțial al evoluțiilor datorate nu numai absenței unui „manual de tranziție", ci și specificității presei românești.

1. *Jurnaliștii nu fac dovada „spiritului de corp"*, dovedindu-se apți doar pentru solidarități conjuncturale. Argumentele în susținerea acestei afirmații sînt numeroase, dar ne vom opri aici doar asupra formelor asociative ale acestora. După instaurarea regimului comunist, „lucrătorii din domeniul presei" s-au văzut integrați uriașului sindicat numit la data constituirii (1946) Uniu-

nea Sindicatelor de Artiști, Scriitori și Ziariști (USAZ), pentru ca în anul 1955 să dobîndească o oarecare autonomie formală prin crearea Uniunii Ziariștilor din Republica Populară România, ulterior R.S.R., ambele fiind forme unice de asociere și de reprezentare. Începînd cu anul 1990, s-au constituit nu mai puțin de 14 uniuni și asociații profesionale naționale, nici una dintre ele neavînd însă o activitate constantă și eficientă – Societatea Ziariștilor din România (SZR), Asociația Ziariștilor din România (AZR), Uniunea Ziariștilor Profesioniști (UZP), Asociația Ziariștilor Liber Profesioniști (AZLP), Asociația Ziariștilor de Limbă Maghiară din România (AZLMR), Asociația Fotoreporterilor din România (AFR), Asociația Tinerilor Gazetari (ATG), Asociația Ziariștilor de Mediu (AZM), Asociația Presei Sportive (APS), Asociația Presei Turistice (APT), Asociația Națională a Editorilor din România (ANER), Clubul Român de Presă (CRP), Asociația Publicațiilor Literare și Editurilor din România (APLER). Conventiile, congresele și celelalte reuniuni au adoptat de fiecare dată documente cu semnificații mai mult sau mai puțin importante pentru jurnaliști, însă cel mai adesea mizele au fost minore, iar urmărirea materializării deciziilor a lăsat de dorit. Atomizarea comunității profesionale se înscrie într-o mișcare mai amplă, înregistrată și la nivelul altor profesii, dar în cazul jurnaliștilor ineficiența pare să se manifeste mai mult decît în alte spații profesionale. „Eu îi propun lui Petre Mihai Băcanu de patru ani să desființăm AZR pentru că e o rușine, existăm doar formal, sîntem trecuți pe o hîrtie. Nici autodesființarea nu se poate realiza", aprecia Alina Mungiu la o reuniune profesională (Timișoara, 1996).

Nou înființatul Club al Presei (1998), care reunea la constituire 20 de organizații media reprezentative, din București, nu este altceva decît un club al editorilor, care iau decizii fără ecou în comunitatea jurnaliștilor, în ciuda dorinței lor de a se transforma dintr-o „organizație de elită a presei românești, într-o organizație cu caracter național" (*Jurnalul Național*, 28 septembrie 1999) deschisă tuturor media din țară.

2. *Jurnaliștii sînt promotorii unui relativism normativ.* De regulă, jurnaliștii consideră că practicile lor nu sînt legitimate decît în

interiorul anumitor parametri, „cei mai importanți fiind integritatea, onestitatea și acțiunea în serviciul publicului, pe care ei afirmă că îl reprezintă" (BERNIER, M. F., 1998, 47). Cu alte cuvinte, corolarul libertății de exprimare, responsabilitatea, constituie o latură a legitimității și se bazează pe ceea ce numim buna lor credință, probată de legitimitatea scopului urmărit, absența animozităților personale, moderația, prudența exprimării și temeinicia investigației (MIOT, J., 1998, 59).

Pentru aceasta, jurnaliștii se dotează cu reguli deontologice conforme principiilor etice și valorilor ce fondează în același timp legitimitatea lor socială, drepturile lor constituționale și retorica lor profesională. Norma deontologică are, prin urmare, mai multe funcții: este opozabilă tentativelor legiuitorului de a aduce jurnalismul sub norme juridice stricte – „auto-reglementare", „auto-responsabilizare"; contribuie la salvgardarea credibilității, la valorizarea caracterului profesional (contribuie la profesionalizarea activității), protejarea imaginii profesiei, a surselor de informații și a publicului (BERNIER, M. F., 1994, 77).

În România nu a existat niciodată un cod deontologic autentic, pînă în anul 1989 conduitele profesionale „extrajuridice" fiind reglementate de Codul principiilor eticii și echității comuniștilor. Ulterior au fost adoptate cîteva coduri „naționale": Codul Deontologic al Ziaristului (1990), Codul Deontologic al Clubului Român al Presei (1998), codurile societăților naționale de radio și televiziune (servicii publice) și un cod, unicul dealtfel la nivel de organizație, *Tineretul liber*.

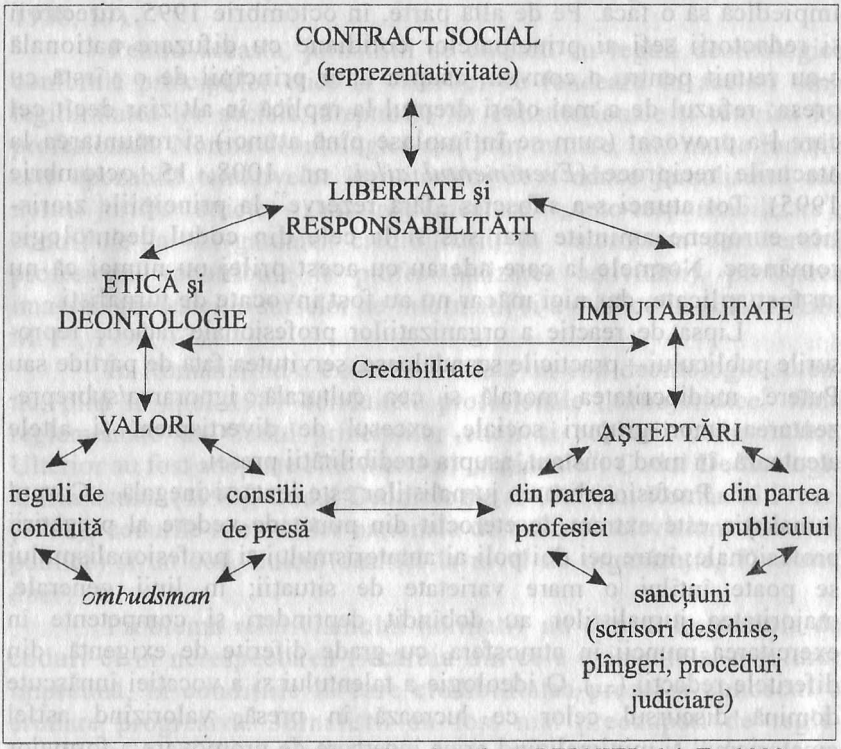
Problema relativismului normativ nu constă în penuria de coduri ci în nerespectarea fiecăruia din cele existente și a tuturor împreună, în condițiile în care credibilitatea presei a cunoscut o erodare progresivă. Jurnaliștii au fost mai preocupați de reglementarea juridică a activității lor decît autoritățile statului, ceea ce trădează nu doar teama de controlul politic, cum am fi tentați să credem, ci mai ales lipsa culturii profesionale: organizațiile profesionale au inițiat nu mai puțin de cinci proiecte de legi ale presei (două SZR, trei UZP și unul al reprezentanților presei „centrale"), în timp ce guvernul a inițiat două proiecte, iar partidele politice trei (PD, 1995; PAR, 1997; 1998) și cinci coduri deontologice

(PETCU, M., 1998, 112), inoperante însă. Iată încă două argumente în sprijinul celor afirmate. În unele proiecte de lege inițiate de jurnaliști sînt integrate și coduri deontologice, anulînd astfel aptitudinea de auto-reglememtare a breslei, iar în altele sînt igonorate codurile autohtone în beneficiul unei rezoluții emise de Consiliul Europei (1993), ori i se cere legiuitorului permisiunea ca jurnaliștii înșiși să-și poată reglementa activitatea, deși nimic nu îi împiedică să o facă. Pe de altă parte, în octombrie 1995, directorii și redactorii șefi ai principalelor cotidiane cu difuzare națională s-au reunit pentru a conveni asupra unor principii de o vîrstă cu presa: refuzul de a mai oferi dreptul la replică în alt ziar decît cel care l-a provocat (cum se întîmplase pînă atunci) și renunțarea la atacurile reciproce (*Evenimentul zilei*, nr. 1008, 15, octombrie 1995). Tot atunci s-a subscris „fără rezerve" la principiile ziaristice europene amintite mai sus și la cele din codul deontologic românesc. Normele la care aderau cu acest prilej nu numai că nu au fost aplicate, dar nici măcar nu au fost invocate de jurnaliști.

Lipsa de reacție a organizațiilor profesionale față de reproșurile publicului – practicile scandaloase, servitutea față de partide sau Putere, mediocritatea morală și cea culturală, ignorarea/subreprezentarea unor grupuri sociale, excesul de divertisment și altele atentează, în mod constant, asupra credibilității presei.

3. Profesionalizarea jurnaliștilor este lentă și inegală. „Corpul jurnalistic este extrem de eteroclit din punct de vedere al pregătirii profesionale: între cei doi poli ai amatorismului și profesionalismului se poate întîlni o mare varietate de situații; în linii generale, majoritatea jurnaliștilor au dobîndit deprinderi și competențe în exercitarea muncii în atmosfera, cu grade diferite de exigență, din diferitele redacții (...). O ideologie a talentului și a vocației înnăscute domină discursul celor ce lucrează în presă, valorizînd astfel amatorismul și minimalizînd orice încercare de promovare a formelor complexe de pregătire profesională" (COMAN, M., 1997, 221). În parte explicabilă, în parte culpabilă, aceasta este situația. Explicabilă pentru că numărul jurnaliștilor pregătiți la cursurile de zi ale Facultății de Ziaristică (Academia de Studii Social-Politice, de pe lîngă C.C. al P.C.R.) era de numai 20 pe serie, iar cel al deținătorilor de diplome universitare ce parcurgeau cursurile intensive de jurnalism în cadrul

aceleiași facultăți a fost, începînd cu anul 1985, din ce în ce mai mic. Abia după anul 1990 au început să se constituie structuri universitare de învățămînt jurnalistic – Universitatea București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, facultățile și secțiile de jurnalism de la Universitățile din Cluj, Sibiu, Timișoara, Iași, precum și alte forme alternative din diferitele orașe în cadrul facultăților private.



Procesul legitimării jurnalistului, după BERNIER, M. F., 1999

Nivelul de pregătire este însă inegal atît datorită calităților formatorilor, nivelului de exigență, cît și a disponibilităților materiale, modeste în unele cazuri. Pregătirea post universitară în cadrul universităților de stat pare să fie o soluție de moment, dar și aici numărul celor ce pot urma cursurile este limitat.

Culpabilă, deoarece, cel mai adesea jurnaliștii nu par preocupați de propria perfecționare – formele de pregătire organizate sînt, cu excepția Centrului pentru Jurnalism Independent, rare, pentru a nu spune inexistente. „O meserie foarte grea a ajuns, în România, o meserie la îndemîna oricui, descoperindu-se boema profesiei înainte de a-i descoperi profesionalitatea", afirma Andrei Pleșu la seminarul „Pentru o presă liberă în Balcani" (1994). A pune sub lupă celelalte profesii, a le judeca în termeni nu totdeauna profesionali și a nu te îngriji de propria ta profesie este și o chestiune de morală. Asociațiile profesionale sînt, și în acest caz, absente.

Din nevoia de a-și forma jurnaliști, unii editori [illegible] trimis angajații la specializări, inclusiv în străinătate, au organizat propriile forme de pregătire, ca în cazul Grupului Nord Est (Iași) sau au adus specialiști din străinătate – vezi cazul *Cotidianul*.

4. *Jurnaliștii exaltă dimensiunea magisterială a activității lor*, în sensul că supraevaluează gradul de autoritate cu care se simt investiți de public. „Magisteriatul jurnalistic" este probat la noi de dominanța pe care a dobîndit-o, începînd cu anul 1990, jurnalismul de opinie și constă în excesul de imperative/sentințe în discursul jurnalistic, în exagerarea funcțiilor expresivă și conativă a actului de comunicare (CHARRON, J., BONVILLE, J., 1997, 67). Cauzele par să fie atît tradițiile presei românești – jurnalismul nostru a fost întotdeauna unul de atitudine, evaluativ – cît și tranziția însăși. Este cert că ne aflăm în fața unei confuzii de roluri, pentru că, „definindu-se ca o elită a societății post-totalitare, jurnaliștii își atribuie responsabilitatea, meritele și chiar drepturile tuturor elitelor: exclusivitatea în protejarea competențelor, autonomia de acțiune, dreptul de a controla" (COMAN, M., 1996, 16). Preocuparea jurnaliștilor față de propria imagine este legitimă, dar în absența celuilalt element fundamental care face parte din procesul de reconstrucție a cîmpului profesional, perfecționarea profesională continuă pentru mediatizarea unei realități în tranziție, poate părea deplasată. Distanța dintre reprezentarea pe care o are publicul despre gazetari – un ziarist bun trebuie să aibă cultură (78,5%), să fie obiectiv (72,8%), să manifeste respect pentru cititori (60,0%), să fie onest (57,1%), să aibă spirit de observație și capacitate selectivă (52,8%), să dea dovadă de curaj în promovarea adevărului (48,5%), de originalitate/talent (38,5%), plus alte însușiri (logică, modestie, responsabilitate, inteligență, energie, consecvență – 21,4%) (MOLDOVEANU,

M., 1997, 194) – și reprezentarea pe care o au jurnaliștii despre ei este relativ mare, dacă e să o evaluăm în termeni de credibilitate. De altfel, cîmpul jurnalistic se află la intersecția dintre două principii de legitimare: recunoașterea de către cei ce profesează, acordată celor ce aderă la valorile sau principiile interne ale breslei, și recunoașterea de către un cît mai mare număr de indivizi, lectoratul, măsurabilă în profituri, constituind verdictele pieței (BOURDIEU, P., 1994, 4). Dreapta măsură este, și în acest domeniu, dificil de identificat și menținut, mai ales în condițiile unei concurențe tot mai mari. Mai mult respect pentru adevăr și, implicit, pentru audiență, mai puține auto-referențiale glorificante ar genera, credem, mai mult optimism în legătură cu viitorul jurnalismului românesc.

DE LA DISCURSUL „AULIC" LA DISCURSURILE CONFLICTUALE

Jurnaliștii promovează un discurs social specific – textul jurnalistic, produs al practicilor discursive – concretizat în mesaje de interes public. Pentru a înțelege manifestările acestor forme de discurs social în România, propunem cîteva unghiuri de abordare, între care cel al „situațiilor de discurs", adică al ansamblului circumstanțelor în care au avut loc enunțările, înglobînd aici „cadrul fizic și social în care se produce enunțarea (...), evenimentele care au precedat actul enunțării" (DUCROT, O., 1996, 493).

Prăbușirea regimului comunist din România a creat posibilitatea liberalizării pieței media, multiplicării producătorilor și difuzorilor de informații. Dacă pînă în decembrie 1989 „toți factorii de comunicare erau confiscați în serviciul discursului totalitar" (STOICIU, G., STOICIU, A., 1995, 130), ulterior are loc o competiție pentru impunerea unui anumit tip de mesaje, discursul dominant fiind în toate momentele „rezultatul confruntării dintre discursurile rivale" (un discurs devine dominant atunci cînd reconstrucția simbolică a realității pe care o propune este adecvată așteptărilor simbolice ale unei mari majorități a membrilor societății).

În încercarea de a realiza „o clasificare politologică" a mesajelor vehiculate, cercetătoarea Alina Mungiu (1995) identifică cinci mari clase de mesaje: mesajul populist, mesajul naționalist, mesajul conservator (al partidelor istorice), mesajul liberal și alte tipuri de mesaje, aici fiind incluse mesajele mobilizator, autoritar, fascist (cultul dictatorilor, nostalgia statului polițienesc, nostalgia dictaturii), mesajul xenofob (acesta caracterizează toată presa fostă comunistă din motive de continuitate a discursului/propagandei tradiționale, centrată pe combaterea dușmanului – societatea capitalistă), mesajul demascator, contestatar, moralizant, misticizant etc. (MUNGIU, A., 1995, 39). Ele nu s-au manifestat însă constant în „forme pure" decît în rare cazuri, cel mai adesea discursul dominant integrînd în proporții variabile mesaje din tipurile amintite.

Cercetătorii Gina și André Stoiciu relevă, la rîndul lor, patru tipuri de discursuri în competiție: oficial, de opoziție, alternativ și populist (STOICIU, G., STOICIU, A., 1995, 131) pe care le prezentăm succint.

Discursul oficial

- Scopul: întărirea *status-quo*-ului, legitimarea puterii;
- Preia idei, simboluri, imagini vehiculate de celelalte discursuri aflate în competiție;
- Principalii operatori ai acestui tip de discursivitate simbolică au fost ziarele *Azi* (pînă în anul 1991), *Libertatea, Adevărul, Democrația, Realitatea românească* și altele;
- Retorică axată pe o mitologie politică a unității în fața conspiratorilor – inițial centrată contra inamicilor (Ceaușescu și demnitarii săi), apoi asupra conspiratorilor: opoziție anacronică, monarhiștii, studenții, intelectualii;
- Forța de manipulare a discursului oficial rezidă în capacitatea sa de reorientare simbolică rapidă în raport cu evenimentele și cu alte discursuri în competiție.

Discursul de opoziție

- Scopul: contestarea *status-quo*-ului; critică ordinea stabilită și punctele de vedere avansate de putere în legătură cu gestionarea societății;

- În general, se referă la același ansamblu de teme, premise avansate prin discursul oficial cu intenția de a i se opune;
- Principalii emitenți sînt partidele de opoziție „istorice" reapărute după decembrie 1989 și mișcarea monarhistă stimulată de elitele intelectuale;
- Principalii operatori: *România liberă, Dreptatea, Liberalul, Viitorul românesc, Cotidianul;*
- Retorică axată pe acuzarea puterii și pe evocarea României interbelice, ceea ce nu este suficient pentru a-i conferi legitimitatea de discurs dominant (în prima parte a perioadei analizate);
- Tematici orientate în jurul aceluiași ansamblu de idei utilizate prin discursul oficial; retorica lor simbolică procedează adesea prin „deconstrucția" discursului oficial și reconstrucția prin negativism.

Discursul alternativ

- Angajat efectiv în reconstrucțiile simbolice diverse ale realității;
- Valorizează „defectele" discursului oficial și de opoziție;
- Purtătorii acestui tip de discurs sînt elitele intelectuale;
- Retorică metaforică și/sau elitistă, orientată spre reconstrucția morală și spirituală a identității românești (*22, Dilema, Tinerama* etc.);
- Promovează două alternative strategice de reconstrucție: modelul ruperii de comunism și modelul moștenirii.

Discursul populist

- Aflat în interacțiune cu discursul dominant pe care îl influențează ocazional; situat „între faptul divers și naționalism";
- Adoptă elemente specifice atît discursului de opoziție cît și celui alternativ;
- Modele semnificative: 1) presa „spectaculară", ce funcționează după regulile pieței, orientată spre faptul divers sub toate formele – crime, sinucideri, violuri, sexualitate, infracțiuni etc.; 2) presa naționalistă, care se exprimă sub formă extremistă (*România Mare*) sau procomunistă (*Vremea, Europa, Totuși iubirea*).

O posibilă explicație a „dispozitivului discursiv" evocat, dar mai ales a asocierii dintre o media și un anumit tip de discurs, ne poate fi dată de influențele exercitate asupra conținutului media din diferite direcții. Cercetătorii americani Pamela J. Shoemaker și Stephen D. Reese au pus la punct un model ierarhic al influențelor asupra conținutului ce cuprinde cinci niveluri: 1) individual (al producătorului de mesaj); 2) cel al rutinelor media; 3) nivelul organizațional; 4) nivelul extra-mediatic și 5) nivelul ideologic (SHOEMAKER, J. P., REESE, S. D., 1991, 54). Datorită situației „atipice" în care s-au aflat sistemele politic și mediatic din România în prima fază a tranziției, considerăm oportun să adăugăm încă două niveluri, care țin de competiție în două sensuri – în sens *politic*, de luptă pentru impunerea unui discrus dominant, și *comercial*, în sensul obținerii de audiențe cît mai mari, dar nu din impuls ideologic, ci pur mercantil – este vorba de nivelurile intra-mediatic (concurența dintre medii de același tip) și inter-mediatic (concurența între medii diferite).

Pentru a argumenta această opțiune amintim faptul că începînd cu decembrie '89 are loc o polarizare a media și a discursurilor promovate de acestea, datorită accesului inegal la tehnologiile de comunicare: Frontul Salvării Naționale beneficiază, spre exemplu, de o legitimare televizuală într-o mai mare măsură decît celelalte forțe politice, cărora le rămîne accesibilă, ca spațiu de exprimare, o media ieftină, presa scrisă. Accesul partidelor de opoziție la mijloacele de comunicare audio-vizuale alternative este relativ tîrziu – TV SOTI, radiourile private au apărut după „luarea startului" în viața politică și nu au avut niciodată o audiență opozabilă canalului național de televiziune. Acest decalaj accelerează polarizarea TVR – discurs oficial, presă scrisă – discurs de opoziție și explică, într-o anumită măsură, de ce discursul politic de contestare a puterii este atît de bine reprezentat în presa scrisă a primilor ani de tranziție, de ce majoritatea jurnaliștilor înțeleg să se solidarizeze cu cei lipsiți de „ecoul" asigurat de televiziune, în fine, cum se face că discursul oficial dobîndește o atît de mare răspîndire, aproape exclusiv „electronică". Limitarea, de lungă durată, a exprimării discusului de opoziție și a celui alternativ în programele televiziunii publice a generat o multiplicare a titlurilor de presă politică, proliferarea politicului în paginile majorității publicațiilor și o anumită radicalizare a discursului de contestare.

Un cititor care ar avea distanța necesară unei lecturi „reci" a presei românești din primii ani de după revoluție ar ajunge, probabil, la concluzia că presa părea să fi dorit să se substituie puterii politice, în sens mai larg, celorlalte puteri din stat. Tonul violent, excesiv de acuzator la adresa deținătorilor puterii, regăsit la cea mai mare parte a publicațiilor – eroare, „independente" – nu era justificat decît rareori de instinctul de „cîine de pază" al democrației, ci mai degrabă de angajamentele politice conștiente sau nu, mărturisite sau nemărturisite, profunde ori conjuncturale, asumate sau impuse. Chiar după șase ani de presă liberă, „mass-media rămîne (...) un factor cheie în confuzia între sfera publică și componenta ei politică. Libertatea de expresie (...) este înțeleasă ca trecerea de la apologia conducătorului în regimul comunist la critica guvernanților (sau apologia acestora), este centrată pe oameni politici și partide, inducînd cititorilor (...) sentimentul că ei sînt agenți pasivi (victime sau beneficiari) ai acțiunilor politice, dar nu și parte a vieții comunității, responsabili pentru starea societății în care trăiesc" (PASTI, V., MIROIU, M., CODIȚĂ, C., 1996, 199). Dovezile care legitimau reprosul că mijloacele de comunicare în masă sînt factori de reducere a publicului la politic erau produse de monitorizările realizate în anul 1996, potrivit cărora agenții puterii au fost excesiv mediatizați în raport cu alte componente ale vieții publice. În ziarele centrale, bunăoară, politicul deținea o pondere de 38%, în timp ce socialul avea 20-22%, iar economicul 11-17%, în detrimentul altor zone de interes public (*loc. cit.*, p. 200).

Discursul jurnalistic dominant pînă în anul 1996 a fost unul al scepticismului total față de actele puterii, codificat ostil și adesea tendențios. Jurnaliștii înșiși recunosc faptul că „în maniera de a prezenta actualitatea politică, economică și socială", predominante sînt considerentele politice, în proporție de 74,6%, cele profesionale deținînd 18,8% (NS/NR 6,6%), după cum rezultă dintr-o anchetă realizată de Institutul de Sociologie al Academiei Române din iunie 1994, pe un eșantion format din 362 jurnaliști din București (DRĂGAN, I., 1994, 8).

Presa nu numai că nu face nici un secret din susținerea fățișă a anumitor personalități și grupuri politice, dar contestă inclusiv rezultatele alegerilor, chiar și atunci cînd au fost întrunite condițiile legale, contestări exprimate cu argumentele opoziției politice. Pierderea

alegerilor este văzută ca o pierdere a sa. Mai mult chiar, presa își ceartă lectoratul-elector pentru opțiunile sale politice, îl acuză de imaturitate cu apelative uneori deloc măgulitoare, chiar atunci cînd sînt metaforice („duminica orbilor"), ignorînd faptul că a te situa în dezacord cu o parte a publicului, cu alte cuvinte a te situa pe poziții partizane înseamnă, implicit, a renunța la acea parte a publicului care nu aderă la ideile politice pe care le susții. Acest adevăr elementar s-a înțeles tîrziu de către jurnaliști, cu costuri de credibilitate, de tiraje și uneori, cînd nuanțele au întîrziat să apară, cu falimentul. Naivitatea că presa poate „trage" publicul acolo unde dorește, culpabilizîndu-l ori exaltîndu-l, deci atomizînd și nu armonizînd părțile unei societăți, atunci cînd editorul nu era o forță politică, s-a manifestat mai evident în primii ani după '89, dar și în ultima campanie electorală (1996), cînd unul dintre liderii influenți ai presei, Ion Cristoiu (*Evenimentul zilei*), a făcut din susținerea candidatului Emil Constantinescu un imperativ al programului său editorial. Unele programe electorale au mers, pas cu pas, paralel/complementar cu programele editoriale. Gazetarii oficiază o validare extra-electorală a partidelor și oamenilor politici, fac corp comun cu aceștia, investindu-i simbolic cu competențe pe care nu le probează și evitînd să-i denunțe atunci cînd faptele lor politice sînt criticabile. Refuzul de a-i credita pe deținătorii puterii – comuniști reformați ori noi figuri politice, reticența de a le acorda șanse, au avut în primii ani de tranziție ceva din fixațiile presei bolșevice, fapt explicabil, probabil, prin trecerea de la „jurnalistul depersonalizat, la jurnalismul *watch dog* al societății civile (FRUMUȘANI, D. R., 1999, 237), dar și prin fragilitatea culturii profesionale a jurnaliștilor, îndeosebi a celor tineri. Excesul de politică trebuie înțeles prin aceea că România trăia un moment politic major, dar și prin ceea ce profesorul Mihai Coman se sfiește să spună explicit – prin lenea ori nepriceperea de a produce informații – „Partizanatul nu are nevoie de informații" (*Dilema*, nr. 25, iunie 1993).

Analizînd aceste evoluții, profesorul Ioan DRĂGAN identifică în discursul publicistic post-comunist datele „modelului persuasiv-propagandist al comunicării", adică „prezența simbolurilor emoționale și a formelor manipulatoare, cele ale naționalismului și populismului egalitar, ca și exploatarea celor ale anticomunismului purificator; exploatarea atitudinilor iraționale, a prejudecăților și

stereotipurilor ("infra-discursul" – n.n.), mitizarea anumitor personaje politice; informarea unilaterală și tributul plătit reprezentării unilaterale a comunicării; publicul văzut ca o masă de receptori pasivi care pot fi dirijați de o manieră autoritară" (DRĂGAN, I., 1994, 3).

În opinia profesorului Petre Gross, „jurnalismul de după '89 a reprezentat mai mult un exercițiu de scriitură a comentariilor și opiniilor decît unul de informare. El a oferit informații care nu puteau fi verificate, deseori doar zvonuri, într-un mod partinic, incomplet și dogmatic. Partizanatul politic a supraviețuit din 1990 pînă în 1993, cînd un proces lent, de autoevaluare, învățare și exigențele domeniului profesional, social, politic, cultural și economic în schimbare au dus la evoluția de la amatorismul de rînd în jurnalismul post-comunist, la un pre-profesionalism care permitea o speranță pentru viitor. În 1996, aflat abia la începutul profesionalizării, jurnalismul românesc devine mult politizat" (GROSS, P., 1999, 126).

Tranziția de la modelul „persusiv-propagandist" – o tranziție în tranziție – la cel al „comunicării-informării" s-a produs lent și s-a datorat nu atît reflecțiilor etice și profesionale ale jurnaliștilor, cît mai ales sancțiunilor venite dinspre public prin refuzul de a mai consuma astfel de mesaje.

Mimetismul discursiv

Noii jurnaliști nu au avut cum să dobîndească competențe profesionale altfel decît „din mers", în cadrul redacțiilor, unde uneori nu găseau cele mai bune modele. Mimetismul în ceea ce privește practica profesională – colectarea și prelucrarea informațiilor – s-a dovedit pentru mulți păgubos, deoarece preluarea necritică a formelor de expresie specifice vechilor jurnaliști echivala cu adoptarea unui discurs marcat de frustrări și/sau rezistent la schimbare. Cei 45 de ani de presă comunistă au produs o anumită deprofesionalizare a unei bune părți a jurnaliștilor, preocuparea cea mai evidentă a acestora, în condițiile controlului politic, nefiind decuparea evenimentelor și construcția actualității într-o manieră profesională, ci mai degrabă găsirea modalităților de evitare a cenzurii, în cazul în care nu au aderat la o strategie a conformismului. Aici își află originea, credem, inega-

litatea profesională și morală a celor care profesaseră pînă atunci și care au devenit, cu sau fără voia lor, niște modele.

Dar mimetismul a funcționat și ca o formă de auto-validare, mai ales în cazul imitării retoricilor și formelor de expresie specifice „intelectualismului elitist" (DRĂGAN, I., 1994, 3). Fiindcă discursul reprezentanților elitelor culturale, științifice, fie că erau legitimați prin operă sau prin anumite forme de rezistență în timpul regimului comunist (de prea multe ori ipotetice), a avut ecou. A-i imita a echivalat pentru mulți cu a te sincroniza, a fi recunoscut, legitimat, validat, ca și cînd notorietatea celor ce făceau obiectul imitației ar fi fost contagioasă. A scrie asemeni cuiva, a ajunge la aceleași concluzii cu un jurnalist celebru (niciodată plagiatul de idee nu s-a manifestat mai „abundent") a ținut loc și de școală și de travaliu profesional.

Presa românească postcomunistă este și o formă de materializare a ceea ce cercetătorul german Jurgen Habermas numește „modelul literar al presei", creație a literaților și a oamenilor de știință exprimînd spiritul rațional și critic al intelectualilor. Presa „literară", ale cărei origini le aflăm în secolul al XVIII-lea, era supusă imperativelor, în esență politice și eliberatoare, foarte critice față de absolutism și cenzură. Principalii artizani ai acestui tip de discurs au făcut din presă „o tribună politică de decomunizare a societății românești" (DRĂGAN, I., 1994, 2), cea mai mare parte a publicațiilor care au apărut imediat după decembrie 1989 aparținînd, după aprecierea profesorului Ioan DRĂGAN modelului „literar".

Succesul acestui tip de discurs se explică prin prestigiul celor care îl practicau. Dar și de această dată avem de-a face cu un succes de scurtă durată, practica „intelectualismului elitist", concretizată în „a scrie mai mult pentru confrați decît pentru publicul larg, ridică enorme probleme în materie de audiență (...). În această situație presa «navighează» la o altitudine ce îi conferă o aură estetică și un înalt prestigiu intelectual, dar care riscă să se depărteze de publicul comun. Vivacitatea stilistică, pasiunea pamfletară, lansarea cîteodată hazardată a judecăților, plăcerea delirantă a atacurilor, metaforizarea discursului mediatic constituie dovezi ale unei prese multicolore, atractive, dar din nefericire puțin eficientă. Asistăm la acreditarea unei prejudecăți: talentul (fără îndoială, indispensabil) se poate substitui profesio-

nalismului jurnalistului și «sinceritatea» scriitorului poate fi valoarea supremă a jurnalismului" (DRĂGAN, I., 1994, 3).

În legătură cu aceste manifestări, profesorul Mihai Coman apreciază că „în prima fază am avut de-a face cu un fel de efervescență în care nu funcția de informare conta, ci cea de expresie (...). Problema presei românești este că avem niște stiliști formidabili. Jurnalismul nostru a fost dintotdeauna unul de expresie (...). Dar aceștia sînt ziariști de birou, nu de teren (...). Noi nu avem nici jurnaliști de investigație, nici jurnaliști de informație, ci doar jurnaliști de expresie" (*Dilema*, nr. 25, iunie 1993).

Treptat, are loc o glisare de la modelul ce înglobează „literarul", factualul și ficționalul, patima și detașarea, la unul ce privilegiază latura comercială a presei – senzaționalul, spectacularul, mondenul. „La șapte ani de la revoluția din 1989 presa trăiește, încă, bucuria formelor, de cele mai multe ori fără fond, nu de puține ori forme în sine (...). Retorica ziarelor noastre rămîne la fel de amplă, autostimulatoare, antrenată într-o emulație gestuală ce invită la spectacol" (GEORGESCU, N., 1997, 35).

Fie că este vorba de o construire a agendei jurnalistice printr-o reperare profesională, dar o reconstrucție senzațională, fie că întîlnim o colectare de fapte exclusiv senzaționale, o tranziție de la presa polarizată politic, cea care „servește o cauză exterioară ei", la presa de senzațional, care „își servește propria cauză", avem de-a face cu un salt, pentru că „senzaționalul nu e pe toate drumurile, trebuie căutat, în vreme ce opinia este ușor de făcut, este imediată" (Mihai COMAN, *Dilema*, nr. 25, iunie 1993).

Tabloidizarea, „*marketing*-izarea", respectarea mandatului economic al presei sînt etape necesare în drumul spre maturizarea ofertei mediatice. Acestea atestă faptul că presa este cu adevărat dependentă de publicul ei și, prin urmare, că piața mesajelor funcționează în condițiile cererii și ofertei.

Pe de altă parte, oricît de blamabilă ar fi pentru unii această tendință, „problemele presei actuale românești nu sînt doar ale ei. Generalizarea mediocrității mijloacelor de comunicare în masă, înlocuirea informației cu divertismentul, accentuarea formei în detrimentul conținutului sînt tendințe mondiale" (Roger Tessier, *Dilema*, nr. 25, iunie 1993). Același analist crede că „specificul

României vine din faptul că ea intră tîrziu în joc și își întreține iluzia că ar fi putut evita aceste ambuscade, rămînînd la modelul Caragiale, adică la un fel de pseudo-literatură făcută de niște pamfletari mai mult sau mai puțin informați, adepți ai pălăvrăgelii. V-ați așezat între două scaune: și modelul pseudo-literar și varianta cea mai rea din presa contemporană. Spațiul dintre cele două modele este îngust".

În ultimii ani avem „presă fără subiecte", afirma Aurelian Titu Dumitrescu (*Cotidianul*, nr. 241, 22 februarie 1999): „Presa din România ultimilor ani a devenit aproape în totalitate o presă mondenă. Fiecare publicație are cel puțin jumătate din pagini compuse cu multiplii și submultiplii de Petre Roman, Emil Constantinescu, Ion Iliescu, Ion Diaconescu, generalul Nițu, Vadim etc. Dar oricîte calități ar avea la un loc aceste personalități, unele dintre ele, chiar ale zilei, nu justifică o asemenea prezență în paginile presei...".

Jurnalismul de tip „intelectualist elitist", care abundă în opinii, a coexistat cu jurnalismul de informare, cu toate limitele lui, pînă cînd cel dintîi a pierdut audiența pe care o avusese în anii 1990-1992. Febra căutării unor soluții editoriale care să limiteze, dacă nu să anuleze, tendința electoratului de a refuza discursul din ce în ce mai puțin gratificant de pînă atunci a produs un nou format – *Evenimentul zilei* – care a transformat profund peisajul presei scrise, devenind, la scurtă vreme, un model imitat de tot mai mulți. Ne aflăm, în opinia noastră, în fața celui de-al doilea moment de afirmare a unui tip de mimetism, obiectul imitației nemaifiind discursul elitelor, ci modelul care promitea „supraviețuirea". Discursul de tip *Evenimentul zilei*, produs al unui jurnalism „malign" prin consecințele pe care le va avea, se află la intersecția dintre jurnalismul popular, cel de investigare și para-jurnalism (abundența de ficțiuni). Este prima și cea mai influentă materializare a acelui tip de jurnalism căruia profesorul Claude Jean Bertrand îi atribuia ca principală caracteristică faptul că prin el jurnaliștii descoperă „orgasmul profesional" în accidente, masacre, scandaluri, violuri, conflicte etc. (BERTRAND, C. J., 1994, 19). Bizarul, perversul, patologicul, criminalul sînt constante ale acestui tip de jurnalism.

Este adevărat că numeroase titluri vor continua să urmeze programul editorial inițial, nelăsîndu-se contaminate de noul curent. Cum era de așteptat, și această nouă abordare jurnalistică își va epuiza,

curînd, virtuțile salvatoare, ceea ce se va vedea prin rapida saturare a pieței de multiplii de *Evenimentul zilei*.

O nouă etapă începe în anul 1994, cînd rata anuală a noilor apariții se reduce la jumătate față de anul anterior (42,5% 1993, 21% 1994), avîntul fondării de noi titluri se mai temperează în beneficiul preocupării față de conținutul celor existente, față de ecoul pe care acestea îl află la public – „orice discurs de presă e determinat simultan de legitimitatea locutorului de a face cunoscută existența evenimentelor și de o credibilitate fondată pe identitatea ziarului, produsă de lectoratul căruia îi este supus atenției" (FERNANDEZ, M., 1994, 8).

Din perspectiva dispozitivului discursiv, constatăm că mariajul dintre presă și politică se va desface progresiv după alegerile din anul 1996, după ce va trece printr-un moment important – angajamentul electoral evident, marcat de programul „pentru schimbare" și mediatizarea complice post-electorală a noii puteri politice. Înțelegem aici prin mediatizare complice maniera de a prezenta acțiunile/inacțiunile puterii, după euforia cîștigării alegerilor (pe care presa angajată politic o va prezenta ca fiind și o victorie a sa) cu o îngăduință suspectă: s-au făcut apeluri publice pentru o perioadă „de grație", de non agresiune în relația presă – putere, s-au trecut sub tăcere ezitările și inabilitățile actorilor politici – „o practică puțin feudală, care ilustrează (...) relațiile incestuoase dintre mijloacele de informare în masă și putere" (HALIMI, S., 1999, 13). Logica jurnalistică încetează să mai fie cea a presei aflate în permanentă opoziție, cu cîteva excepții, pînă în momentul în care jurnaliștii descoperă că noii, ca și vechii, deținători ai puterii „sînt la fel".

Abia acum putem vorbi despre o presă mai rezervată, mai aproape de standardele profesionalismului, mai matură, cu cîștiguri evidente de ambele părți. Jurnaliștii par să fi înțeles între timp că o reconstrucție non-ideologizantă a realității este mai profitabilă, iar publicul beneficiază de o mai bogată ofertă de „discursuri alternative".

PRESA ȘI POLITICA

Presa constituie ținta numeroaselor discuții politice și face obiectul frecventelor polemici politice. Dar, „faptul că media suscită controverse (...) dovedește că este însuși locul în care se «fabrică» actualitatea politică, principalul loc al politicului" (CAYROL, 1991, 447). Pentru a putea observa ce relații s-au stabilit în perioada de tranziție, între presă și politică, amintim faptul că, în general, jurnaliștilor li se recunosc patru roluri principale într-o societate democrată: un rol politic, unul educațional, un rol cultural și unul de utilitate socială (HODGES, W., 1986, 13). Funcția politică a presei constă în a informa publicul despre acțiunile/inacțiunile guvernului și ale altor instanțe ale puterii, în supravegherea puterilor politice. Ce se întîmplă însă atunci cînd chiar jurnaliștii derapează, care sînt formele și efectele abaterilor de la rolurile atribuite?

Jurnaliștii se substituie forțelor și instituțiilor politice

„Funcția de «substitut» sugerează că mass media în ansamblu, elita media și jurnaliștii au, în general, un rol reformator. Mai mult ca sigur, nici un tip de media nu poate suplini deficiențele politice sau orice alte deficiențe de integrare socială. Această observație nu este nouă, de vreme ce Lippmann susținea, în anul 1922, cu destule argumente pentru Statele Unite, că presa nu e un substitut pentru instituții" (GROSS, P., 1998, 8).

Cu toate acestea, presa a fost poate mai mult decît pînă în anul 1989, o instituție politică: „...Eu cred că se termină o perioadă importantă (...) în care presa a jucat un rol mai mare decît partidele politice, cînd presa, într-un anume fel, a ghidat și a dus societatea românească mai spre mijloc, mai spre echilibru. Cînd partidele politice debile, în faza de organizare, au avut o pondere în societate mai mică decît presa. A fost o presă mai mult militantă, decît una bazată pe principii economice și pe o informație neutră" (NISTORESCU, 1996, *22 plus* nr. 34, 1996).

Un alt observator al fenomenului mediatic românesc, Jean Baptiste Naudet (*Le Monde*), remarca faptul că „există o asemenea slăbiciune a clasei politice încît anumiți gazetari devin ei înșiși politicieni (...). Presa română este o presă eminamente politică. În plus, apare și fenomenul megalomaniei. Am remarcat la toate conferințele de presă că ziaristul român vorbește mai mult decît intervievații. Întotdeauna. Cred că aceasta se datorează și faptului că înainte ziaristul era doar o unealtă, iar acum este cineva, simte nevoia să fie recunoscut..." (*Dilema*, nr. 14, 1993). Este cert, afirmă ziaristul Neculai Constantin Munteanu, că „nu puțini ziariști editorialiști mai ales, gîndesc și scriu ca și cum ar fi prima putere în stat. Cîțiva, refuzînd politicul în numele independenței și al obiectivității, se plasează într-o adversitate continuă cu puterea, făcînd, de fapt, încă mai abitir politică" (*Curentul*, 20 octombrie 1999).

Jurnaliștii doresc să intre în structurile de putere

„Asumarea de către presă a rolului de emițător și nu doar de intermediar reiese și din *participarea electorală a ziariștilor* (s.n.). Astfel, directorul *Adevărului*, Darie Novăceanu, a candidat în alegerile parlamentare ca «independent» pe listele partidului de guvernămînt. La fel, Constantin Sorescu de la *Tineretul liber* și apoi *Azi*, care a devenit parlamentar FSN, directorul și redactorul șef al *României libere*, Octavian Paler și, respectiv, Petre Mihai Băcanu, au candidat pe lista independentă a GDS, la fel și Stelian Tănase, redactor șef al *22*, publicație a GDS sau Alexandru Piru, director la *Dimineața*, pentru FSN (ultimul cu succes)" (Gabriel ANDREESCU, *22*, nr. 3, 1993).

Unii jurnaliști, puțini la număr, au intrat în instituții ale puterii, numai după alegerile din anul 1996, partidele noii majorități parlamentare recompensînd 12 jurnaliști cu funcții de înalți demnitari. Deplîngînd o asemenea „interșanjabilitate" – „din lider de sindicat ajungi prim ministru, din redactor șef – consilier guvernamental", jurnalistul Radu Nicolau arăta că „nu poți fi gazetar, specialist, guvernant (...): În țara asta presa reprezintă pentru foarte mulți o trambulină spre

Guvern... Intră în structuri guvernamentale, se schimbă, una-două...O boală românească" (MARINESCU, P., 1999, 117).

Jurnaliştii sînt adversari politici ai Puterii

„Ziarul *Timişoara* este foarte clar un ziar de opoziţie" declara directorul acestui titlu, George Şerban, ca de altfel şi Călin Bostan, redactorul şef al cotidianului *Opinia* din Buzău, cu ocazia unei reuniuni profesionale (*22*, mai 1996). Ori de cîte ori au avut prilejul, jurnaliştii care cultivau un discurs critic faţă de puterea politică (pînă în anul 1996) afirmau fără ezitare „noi, presa de opoziţie...", deşi în rare cazuri era vorba de publicaţii cu miză politică declarată, ceea ce îl îndreptăţea pe profesorul Mihai Coman să aprecieze: „Instituţiile mediatice consideră că proba independenţei lor şi scopul activităţii lor e nu de a informa, ci de a lupta contra puterii, opoziţia permanentă" (COMAN. M., 1995, 337). După alegerile din anul 1996, cei care se prezentau „presă de opoziţie" pînă atunci „s-au schimbat instantaneu în presa de tranziţie. La mijlocul anului 1998, mass media a dat impresia că nu era nici una, nici alta şi că rămînea, mai presus de toate, foarte politizată" (GROSS, P., 1999, 10). Deziluziile produse de noua putere politică au fost deseori trecute sub tăcere de cei ce o susţinuseră, adesea fără ca cineva să le ceară acest lucru, cu efecte importante pentru credibilitatea lor. Fenomenul pare să ţină atît de imaturitatea profesională a jurnaliştilor, cît şi de procesul, mai larg, al tranziţiei, manifestat de altfel şi în alte ţări din Europa de Est: „O mass-media adversară, dar non-politică, s-ar putea naşte în momentul cînd elita jurnalismului de informaţie, ca şi marea masă a jurnaliştilor şi-ar schimba atitudinea în privinţa autorităţii publice, de la una de adversar sau susţinător, la una de scepticism imparţial" (GROSS, P., 1998, 8).

Discursul anti-putere, din impuls ideologic, pare să fi avut ecou şi după anul 1996 din moment ce 3,6% din respondenţii unei anchete iniţiate de CURS (decembrie 1997) au fost de părere că presa şi televiziunea au condus ţara în ultimul an (scor egal cu cel al Uniunii Europene, pe primul loc situîndu-se Fondul Monetar Internaţional, cu 26,6%, urmat de Guvern, cu 24,3%).

Jurnaliștii se autoglorifică

„Putem afirma, fără falsă modestie, că ziarul *Adevărul* a stat adeseori la baza unor modificări legislative, avînd rolul de catalizator al activității instituțiilor de stat, în așa fel încît să existe o viață socială, economică și politică cît de cît normală", aprecia președintele societății comerciale *Adevărul*, Ion Teodor (MARINESCU, P., 1999, 124). Presa este, în opinia unor reprezentanți ai ei, generatoare de normalitate, gestionară de adevăr, previzionară – „*Evenimentul* a avut din nou dreptate...", deținătoare de soluții, instanță socială. Atitudinile de „o anumită aroganță și supraestimare a elitei mass media și a jurnaliștilor, ca breaslă (...) s-au transformat rapid în credința că jurnaliștii pot influența și schimba noile societăți post-comuniste, că ei sînt deasupra societății, studiind-o și ordonînd-o, umplînd golurile create de absența unor instituții puternice și a unor lideri capabili să dirijeze procesul de democratizare(...). Această mentalitate a fost articulată mai clar în cazul României", aprecia profesorul Peter Gross.

Jurnaliștii își schimbă pozițiile politice

Nu numai clasa politică a arătat adesea cu degetul spre unele publicații, acuzîndu-le de atitudini pendulatorii ori ezitante în momente politice importante, ci și jurnaliștii, între ei. Or, unii analiști atribuie tocmai schimbării poziției unor publicații modificări ale atitudinii de votare a electoratului. Inconsecvența pare să fie uneori „profitabilă" din punct de vedere politic: „Schimbarea de atitudine a unei părți a electoratului – atîta cît a fost – datorează foarte multe schimbării de poziție a unor gazete care s-au deplasat de la stînga, uneori comunistă, chiar la centru (*Adevărul, Tineretul liber*), precum și dezvoltării unei prese care a reușit să convingă electoratul că este independentă, fiind în același timp de clară orientare democratică (ziarele fundațiilor Expres, Topaz, Tinerama, ziare locale)..." (MUNGIU, A., 1994, 112).

Jurnaliștii generează crize politice

Atunci cînd nu se manifestă nici o formă de criză politică, jurnaliștii par interesați să stimuleze, prin comentariu, prin „stîrnirea" interlocutorilor etc. o astfel de criză. Conflictele sînt specialitatea lor; or, negăsindu-le, le provoacă. „Presa se comportă la noi lamentabil, contrar standardelor deontologice – asta însemnînd atît actul de viciere premeditată a informației, cît și lipsa de profesionalism. Ea se comportă ca un actor politic, dar nu tentația influențării politice este problema, ci faptul că acest comportament contrariază standardele presei (...). Ce autoritate morală au aceștia, pentru a întreba oamenii politici de ce au ajuns în criza pe care ei, ziariștii, au forțat-o tot timpul?", se întreba analistul Gabriel Andreescu în timpul conflictului dintre PNȚ cd și PD (ANDREESCU, G., 1998, 5), finalizat cu retragerea lui Victor Ciorbea din funcția de prim ministru, conflict despre care președintele țărănist Ion Diaconescu a afirmat că a avut la origine presa.

Jurnaliștii păstrează reflexe comuniste

„Imediat după '89, presa s-a polarizat, de unde sentimentul fiecăruia că servește o cauză. Însă această polarizare nu făcea decît să reproducă structurile anterioare. Ziariștii nu au făcut altceva decît să inverseze, simbolic, semnele, dar au continuat, în mare, același discurs (...). O presă polarizată politic servește o cauză exterioară ei" (Mihai COMAN, *Dilema*, nr. 25, 1993). O explicație a acestei stări de fapt pare a fi absența presiunilor noilor jurnaliști, în sens profesional, liderii continuînd să fie cei ce cunoscuseră și practicaseră modelul comunist de presă: „...e un fapt că gazetarii prestigioși ai momentului au un aer comun, care ține mai mult de trecutul lor decît de viitorul nostru: un vag patos utecist, o abia reținută fervoare demascatoare, un anumit sentimentalism populist, exprimat frust, tovărășește. Cînd vor să laude, lingușesc, cînd vor să critice, înjură" (Andrei PLEȘU, *Dilema*, nr. 232, 1997). Asemănarea dintre presa de tranziție și vechea presă de

partid constă, în primul rînd, în aceea că acum, ca și atunci, avem „o presă de autoritate (...), presa nu află, ci știe. Ea nu iscodește, ci decide. Diferența este că izvorul autorității presei comuniste se situa în afara acesteia (...), în vreme ce presa anilor '90 s-a autoinvestit cu o autoritate imanentă pe care o justifică în baza prezumției potrivit căreia ea este singura oglindă fidelă și permanentă a opiniei publice" (Daniel BARBU, *Curentul*, nr. 163, 1999).

Legitimarea istorică

Una dintre formele frecvent utilizate în efortul de legitimare a diferitelor grupuri profesionale a fost racordul istoric, reluarea editării unor publicații istorice. Un inventar al celor mai reprezentative titluri este relevant în acest sens.

Titlul/Editorul	*Anul fondării*	*Anul reluării apariției*
Dreptatea, PNȚ (continuă numerotarea de la suspendarea din 1947)	1928	1989
Cuvîntul, PNȚ Brașov	1944	1990
Viitorul, PNL	1861	1990
Steaua Dunării, PNL Galați	1855	1990
Moldova, Bacău	1895	1990
Mercur, Camera de Comerț Brăila	1839	1990
Udvuzenet, Keresöknek, Arad	1819	1990
Unirea, Biserica Română Unită cu Roma, Blaj	1891	1990
Asachi, Piatra Neamț	1881	1992
Cele trei Crișuri, Oradea	1920	1990
Acțiunea, Galați	1930	1991
Szamos, Carei	1868	1990
Universul, București	1878	1990
Gazeta Oltului, Slatina	1882	1995
Dobrogea Jună, Constanța	1904	1992
Noua Revistă Română, București	1900	1996

Estimăm la 20% ponderea titlurilor a căror apariție a fost reluată, la nivelul întregii țări, începînd cu decembrie 1989.

PRESA, SISTEMUL DE DREPT ȘI SISTEMUL POLITIC

Una dintre componentele cu rol definitor într-o paradigmă jurnalistică o constituie libertatea presei, manifestarea unui drept fundamental al indivizilor – libertatea de expresie. Tranziția de la modelul sovietic la cel liberal, atît din punct de vedere politic, cît și mediatic a cunoscut, în România, succese și eșecuri care și-au pus amprenta asupra ofertei mediatice în ansamblul său.

După instaurarea comunismului în țara noastră, presa a intrat sub controlul total al puterii politice, mandatul său încetînd să mai fie unul de informare autentică, iar efectele asupra întregii societăți neîntîrziind să apară. „Modelul sovietic de comunicare și, în general, modelul comunist de comunicare e fondat pe opacitate, secret și cenzură. Sfera publică, ca loc intermediar de negociere și de dialog între societatea civilă și guvern, ca loc de dezbatere și de reflecție colectivă, nu există" (STOICIU, G., 1997, 41), pe parcursul a mai mult de patruzeci de ani de conducere comunistă adevărul fiind „sacrificat în favoarea unui exercițiu constant de îndoctrinare, disimulare, mobilizare, (...) coordonat de partid" (GROSS, P., 1991, 180).

În încercarea de a explica evoluția sferei publice în regimurile socialiste, sferă văzută din punct de vedere formal ca un sistem de canale instituționalizate ale comunicării sociale, în care mass-media sînt instituții centrale, Mikloș Sukosd identifică patru tipuri istorice: propaganda statului totalitar, „represiunea tolerantă", sfera publică „dublă", sfera publică post-comunistă (SUKOSD, M., 1990, 96). Pornind de la caracteristicile totalitarismului – ideologie oficială; partid unic condus de o singură persoană; poliție politică; monopolul comunicațiilor; monopolul armelor; economie centralizată dirijată (FRIEDRICH, BREZEZINSKI, 1955), al cărui prototip a fost creat de bolșevici după anul 1917 și „exportat" în celelalte țări ale lagărului socialist, autorul demonstrează că blocul sovietic, văzut mai ales prin

rolul politic atribuit media, nu a fost omogen. În țări precum Cehoslovacia, Polonia, Ungaria, a fost posibilă apariția unei a doua sfere publice, ilegală, paralelă și în opoziție cu cea oficială, condiționată de existența unei așa numite *tolerant repression*, căreia îi sînt specifice, între altele, cruțarea, fie și parțială, a sferei private de ideologia agresivă, depolitizarea și decomunizarea *loisir*-ului, circulația produselor culturale occidentale, slăbirea presiunii cenzurii ș.a.m.d.

Sfera publică „dublă"/paralelă, care presupune fisuri în sistemul de control a avut, la noi, contururi extrem de fragile, iar principala funcție a sistemului mediatic a rămas îndoctrinarea, discursul jurnalistic continuînd pînă în ultima clipă să fie marcat de fixațiile bolșevice ale luptei continue împotriva forțelor imperialiste, să fie, de asemenea, anti-insurgent, obsedat de unanimități și obedient față de partidul unic (PETCU, M., 1999, 19).

Sistemul mediatic românesc a purtat amprenta ideologiei oficiale pînă în momentul prăbușirii regimului comunist, limitele spațiului de manifestare a jurnalismului fiind date de Constituția Republicii Socialiste România, de programul ideologic al Partidului Comunist Român, precum și de celelalte documente cu caracter normativ, documente juridice și politice deopotrivă, în condițiile absenței separației puterilor în stat.

Dacă documentul fundamental – Constituția R.S.R. – garanta libertatea de expresie, cu mențiunea că „libertatea cuvîntului, presei (...) nu pot fi folosite în scopuri potrivnice orînduirii socialiste și intereselor celor ce muncesc" (articolul 29), legea presei (nr. 3/1974), despre care P. Leonhardt afirma că, exceptînd Constituția, „nu există nici un document legal românesc care să exprime mai clar atitudinea de partid totalitar ca legea presei" (LEONHARDT, P., 1974, 202), nu lăsa nici un dubiu în legătură cu mandatul politic acordat mijloacelor de informare: „În Republica Socialistă România presa îndeplinește o înaltă misiune social-politică, slujind, prin întreaga sa activitate, cauza poporului, interesele supreme ale națiunii socialiste. Presa are menirea să militeze permanent pentru traducerea în viață a politicii P.C.R., a înaltelor principii ale eticii și echității socialiste (...), contribuie prin întreaga sa activitate la făurirea societății socialiste multilateral dezvoltate (art. 1). Presa își desfășoară activitatea sub conducerea P.C.R. – forța politică conducătoare a întregii societăți din R.S.R." (art. 2).

În condițiile date, libertatea presei, ca de altfel și libertatea de expresie a cetățenilor devenise o libertate „de partid", colectarea, prelucrarea informațiilor, frecventarea unei surse obligatorii de informare, modalitățile de redactare, ilustrațiile (exista o iconografie oficială) derulîndu-se sub control politic.

Este semnificativ faptul că 61% dintre repondenții unei anchete realizate de redacția *22*/Grupul pentru Dialog Social, în luna februarie 1990, apreciau că cea mai importantă realizare de după decembrie 1989 a fost libertatea expresiei (Pavel Câmpeanu, *22*, nr. 15, aprilie 1991).

Libertatea presei între metaforă și realitate

Tranziția României de la totalitarism la democrație poate fi urmărită și prin ipostazele pe care le-a cunoscut sistemul mediatic în ultimii zece ani, privit din perspectiva libertății presei. Premisa de la care pornim este aceea că presa este cu adevărat liberă în cazul în care sînt reunite următoarele elemente: 1) independența față de guvern/putere politică; 2) independența față de sursele de informații; 3) independența față de proprietari/deținători; 4) independența față de constrîngerile interne; 5) independența față de sursele de finanțare; 6) independența față de „anunțători" (furnizorii de publicitate); 7) independența față de grupurile de presiune (McQUAIL, 1992, 201).

1) În privința *independenței față de guvern/putere politică* avem în vedere unul dintre cei mai importanți agenți de control (DE FLEUR, M., 1991, 289) capabili să exercite constrîngeri politice – Executivul –, alături de puterile legislativă și judecătorească. Este vorba de asigurarea unui cadru legislativ adecvat, prin care să se încurajeze libera inițiativă, absența cenzurii și a discriminărilor (economice, fiscale etc.), de accesul liber și egal la sursele de informații, materii prime, rețele de difuzare, ș.a.m.d. Dacă în celelalte state foste comuniste raportul dintre stat și presă a fost, mai ales după anul 1985, unul de tolerare, în sensul că statul – proprietar a permis presei anumite libertăți pînă în momentul autonomizării ei totale, în România acest proces s-a manifestat în mod exploziv. De altfel, tranziția media,

parte a tranziției întregii societăți post-comuniste, trebuie „să presupună o emancipare sau autonomizare, precum și o redefinire a naturii ei (a media) astfel încît dintr-un instrument al puterii să devină o formă de interacțiune a diferitelor grupuri sociale, un element al societății civile și al democrației participative" (JAKUBOWICZ, K., 1998,18). Ruperea bruscă și definitivă a celei mai mari părți a presei de puterea politică pare să nu fi fost gestul așteptat de noii deținători ai puterii, de vreme ce, „la puțin timp după decembrie '89 am văzut cu ochii mei un document semnat de dl. Ion Iliescu pe care scria: pe prima pagină a tuturor ziarelor", după cum mărturisea Neculai Constantin Munteanu (*Dilema*, nr. 25, 1993). și tot el adaugă „Or, primul lucru pe care l-a făcut presa românească a fost să nu se mai supună unui astfel de gen de indicații. Acesta este un cîștig care avea să le dezvolte pe toate celelalte...". Atitudinea conservatoare a noii puteri rezultă și din faptul că „cenzura pe text (...) nu s-a manifestat atunci, în primele zile, singurul simptom pe care l-am simțit fiind acela că eram convocați la Palatul Victoria pentru indicații. Funcționa un fel de «ministru al presei», care însă a înțeles destul de repede că nu mai era vremea indicațiilor", declarație a directorului *României libere*, Petre Mihai Băcanu (*22*, nr. 24, martie 1996).

Din păcate, unii jurnaliști acționează, începînd din decembrie 1989, în mod „mecanic", punîndu-se în slujba noii puteri politice – ulterior vor pleda „independenți" – iar alții se solidarizează pînă la identificare cu partidele politice. Deși autonomă față de stat, o parte a presei este „subordonată și, din nou, nu structurii de putere în general, ci anumitor forțe politice din cadrul acestei structuri. Fără autonomizarea mass-media în raport cu partidele și cu celelalte entități politice, societatea nu va fi bine servită de către acestea" (JAKUBOWICZ, K., 1998, 24). Să amintim, în acest sens, faptul că în decembrie 1989 – ianuarie 1990, publicațiile care aparțineau organizațiilor centrale și locale ale Partidului Comunist Român se declarau organe ale Frontului Salvării Naționale, cel mai adesea adăugînd acestei apartenențe cuvinte ca *liber*, *independent* etc. „...Datorită vechii apartenențe, personalului moștenit, precum și fricii de a fi acuzați de un colaboraționism mai mult decît probat cu regimul Ceaușescu, aceste publicații (vechile titluri) s-au identificat cu statul post-revoluționar, devenit în ianuarie (1990) și partid semi-unic, cu

alte cuvinte, s-au identificat în mod firesc cu puterea, cum făcuseră și pînă atunci" (MUNGIU, A., 1995, 240). Așa se explică și abundența de titluri ce au aparținut FSN – 52 (7 editate în București și 45 în 28 județe).

Politizarea și polarizarea presei scrise vor produce numeroase dificultăți redacțiilor atît în raport cu publicul – retragerea încrederii – cît și cu structurile puterii, fie direct (relații tensionate, refuzul de a oferi informații, de a acorda spații etc.), fie indirect (prin acțiuni ale poliției ori, așa cum relatau redactori ai publicațiilor *Timișoara, Academia Cațavencu, Evenimentul zilei, Gazeta de Nord Vest, Ziua,* prin infiltrarea redacțiilor de către ofițeri de informații sau colaboratori ai acestora). Controalele au constituit o altă formă de intimidare a presei, fie că s-au dovedit sau nu a fi sugerate de persoane din instituțiile puterii: în decembrie 1997 redactorii cotidianului *Național* reclamau „hăituirea conducerii Trustului de presă Național prin echipe de control ale Ministerului de Interne și Ministerului Finanțelor, din cauza atitudinii critice la adresa puterii" (*Național*, nr. 168, 31 decembrie 1997), iar în paginile altui cotidian se putea citi: „în aceste zile *Cotidianul* are onoarea unor controale de la Direcția Generală a Controlului Financiar" (nr. 116, 22 septembrie 1998). Motivul l-a constituit, cel mai adesea, intimidarea jurnaliștilor.

Dacă exercițiul libertății presei este proporțional cu mijloacele de comunicare aflate la dispoziția publicului, atunci autoritatea publică are obligația morală de a suprima orice obstacole, ca primă condiție necesară, dar nu și suficientă, pentru a satisface nevoia de comunicare (JACUBOWICZ, K., 1990, 35). Nu suficientă deoarece pentru a asigura un pluralism efectiv în comunicarea de masă este nevoie de un anumit „intervenționism pozitiv" din partea statului pentru sprijinirea media existente și crearea altora noi, mai ales pentru grupurile lipsite de disponibilități materiale.

Statul român s-a arătat destul de conservator în materie de piață liberă a media prin menținerea monopolului asupra resurselor de materii prime și de materiale, a rețelei naționale de difuzare, dar și prin politica de impozite și taxe, deloc stimulatoare. „Puterea va fi (...) mai puțin sensibilă la nevoile materiale și financiare ale presei scrise, cu atît mai mult cu cît posibilitățile autorităților de a influența s-au redus considerabil. Nu sînt însă total excluse mijloacele puterii de a

limita pe căi directe sau indirecte libertatea presei scrise" (DRĂGAN, I., 1993, 16). O anchetă realizată de redacția revistei *22* releva faptul că jurnaliștii (73% dintre repondenți) apreciau că Puterea făcea presiuni indirecte asupra presei, după cum urmează: prin pîrghii economice (prețul hîrtiei, lipsa sprijinului financiar, distribuția preferențială și condiționată a subvențiilor, sistemul taxelor și impozitele pe publicitate); prin blocarea accesului la informații; prin „intimidări directe și șicane" (procese de calomnie, evacuări din sedii, amenințări din partea prefecților, a Gărzii Financiare, interceptarea convorbirilor telefonice și a corespondenței etc.) (*22*, aprilie, 1996).

Or, dacă testul pentru autonomia presei într-o societate deschisă „ar trebui să urmărească dacă presa este subordonată numărului cel mai mare posibil de autorități diferite, gradul ei de subordonare și al jurnaliștilor ei și absența controlului guvernamental" (GROSS, P., 1999, 103), sîntem puși în situația de a recunoaște că cea mai mare parte a presei este în momentul de față autonomă, dar locul agentului exterior de control – Puterea – a fost luat de un agent intern de control – patronul, acționarul, la care se adaugă creditorul, publicitorul), cu alte cuvinte este liberă, nu și independentă.

2) *Independența față de sursele de informații.* Unica sursă „majoră" de informații care a alimentat sistemul media din România a fost, pînă în anul 1990, Agenția Română de Presă AGERPRES, națională, oficială, organism de partid și de stat, agenție „ce nu avea, în mod firesc, cum să greșească (...) pentru că nu oferea informații despre realitate, ci reproducea, în diverse forme, imaginea oficială asupra realității" (Mihai COMAN, *Adevărul*, 27 aprilie 1990). Acest uriaș „filtru" al informației publice mediatizate nu era altceva decît o componentă a aparatului politic central, angajații săi avînd însărcinări politice evidente, după cum rezultă și din adresele de acreditare, elaborate în baza prevederilor Hotărîrii Plenarei Comitetului Central al Partidului Comunist Român din 2-3 noiembrie 1978 și a legii presei (art. 41, 60), „privind integrarea nemijlocită a lucrătorilor din domeniul presei în activitatea politic-educativă din ministere, organe centrale și locale de partid și de stat, organizații de masă și obștești, unități economice și social-politice".

Potrivit documentului amintit, „ziaristul este obligat: să participe activ la viața colectivului, la ședințele de lucru ale organiza-

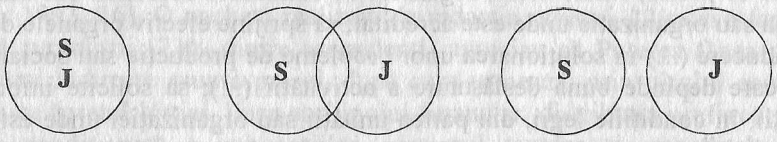
țiilor de partid, sindicatelor, organelor de conducere colectivă din unitatea sau organizația unde este acreditat; să sprijine efectiv organele de conducere (...) în soluționarea unor probleme de producție sau sociale de care depinde buna desfășurare a activității (...); să solicite informații, în condițiile legii, din partea unității sau organizației unde este acreditat".

Cît privește sursele de documentare pe care jurnalistul era obligat să le consulte, iată un inventar al acestora: „ministere, centrale, organe centrale de sinteză, alte organe județene de sinteză, comitetul județean de partid, consiliul județean de control muncitoresc, direcția județeană de statistică, direcția județeană de muncă și ocrotiri sociale, inspectoratul județean pentru protecția muncii, inspectoratul județean pentru controlul produselor, sucursala Băncii Naționale a R.S.R., sucursala Băncii de Investiții, sucursale Băncii pentru Agricultură și Industrie Alimentară, direcția generală pentru agricultură și industrie alimentară, direcția comercială a județului" (*Elemente de teoria presei*, vol. 1, Institutul pentru pregătirea cadrelor în problemele conducerii social-politice, București, 1987, p. 133).

Documentarea jurnalistică de sus în jos, cu obligația de a frecventa numai sursele indicate (oficiale) este o explicație a faptului că în presa românească nu s-a practicat un jurnalism de investigare autentic pînă în anul 1990, iar acest handicap s-a reflectat și în jurnalismul de după prăbușirea regimului comunist.

Presa se află, peste tot în lume, într-o dependență relativă față de sursele sale, dependență mai accentuată în condițiile tranziției, reformării întregului sistem social, economic, legislativ etc., cînd densitatea instituțiilor/surselor unice sporește. Acesta este și cazul României.

Tranziția presei, privită prin prisma relației dintre media/jurnaliști și sursele de informații, a cunoscut trei momente importante. Primul, cel al asimilării totale evocat mai sus, cel de-al doilea – asimilarea parțială, prin care au trecut acele redacții care au intrat (ori au fost nevoite să intre) în subordinea noii puteri politice de după revoluție și cel de-al treila – independența – în care s-au regăsit cea mai mare parte a jurnaliștilor din noile redacții și/sau din cele mai vechi, așa cum a fost *România liberă* (după ruperea FDSN în două „aripi", numărul independenților a sporit).



1. asimilare totală (regim totalitar) (S - surse; J - jurnaliști)

2. asimilare parțială (regim autoritar)

3. independență (regim democrat)

Spre exemplificare, iată cum apreciau ziariștii libertățile de care dispuneau, așa cum rezultă ele din ancheta Institutului de Sociologie al Academiei Române (iulie 1991). La întrebarea „Gîndindu-vă la condițiile practicării jurnalisticii în țara noastră, în ce măsură considerați că se manifestă în prezent . . .", răspunsurile se distribuiau astfel:

Item	În foarte mare măsură	În mare măsură	În oarecare măsură	Deloc	În mică măsură	NS/ NR
1. Accesul jurnalistului la informații	6,51	38,81	33,02	20,03	1,31	0,32
2. Libertatea de informare a publicului	22,79	48,37	21,86	4,66	0,00	2,32
3. Libertatea de opinie a jurnalistului	33,02	46,97	13,95	3,72	0,00	2,34
4. Respectul ziariș-tilor pentru adevăr și informare corectă	3,28	21,86	50,69	15,34	2,79	6,04

(***Sursa***: *Comunicarea de masă și spațiul public în perioada de tranziție, coord. prof. dr. Ioan DRĂGAN, Academia Română, 1993*)

Deficiențele de ordin comunicațional ce s-au înregistrat în perioada analizată au, în opinia noastră, următoarele cauze:

- Deși s-au creat forme instituționale – birouri de presă – pe lîngă marii producători de informații de interes public, acestea nu au

fost acoperite cu competențe, de unde frecventele neînțelegeri cu comunitatea jurnaliștilor;

- Nici jurnaliștii si nici sursele lor nu au aderat, pe fondul carențelor de pregătire profesională, la o etică a informării;
- Față de invitația mai mult sau mai puțin explicită a reprezentanților autorităților de a adopta mai degrabă o strategie a conformismului decît una a obiectivității (MASUY, C., 1997, 81), jurnaliștii au reacționat excesiv de critic, adesea în detrimentul exactității relatărilor lor;
- Situațiile de criză nu au fost gestionate în mod matur, prin negocieri, ci prin instituirea de embargouri informaționale reciproce sau unilaterale, pe perioade variabile. Amintim aici embargoul instituției prezidențiale față de cotidianele *Evenimentul zilei* și *Ziua* (1995), al unor ministere față de presă, precum și pe cel al redacțiilor membre ale Clubului Român de Presă față de Senat și Camera Deputaților (martie-aprilie 1998);
- Agențiile de presă create începînd cu anul 1990 (la sfîrșitul anului 1991, 11 grupuri practicante ale jurnalismului de informare se prezentau drept „agenții de presă") nu s-au bucurat, cu excepția Mediafax, de încredere din partea utilizatorilor deoarece erau constituite în cadrul unor redacții mai mari, editoare de presă, de unde convingerea că diseminarea informațiilor va fi discriminatorie;
- Participarea jurnaliștilor la evenimente externe (însoțirea delegațiilor oficiale – președinte, ministru de externe, comisii parlamentare) a fost condiționată de atitudinea, pe cît posibil mai puțin critică, a redacțiilor din care făceau parte față de activitatea instituțiilor respective.

O presă liberă presupune pluralism informațional atît la nivelul ofertei generale de produse mediatice, cît și la cel al surselor de informații, or instituirea monopolului în cazul surselor unice, din considerente extra-profesionale, poate paraliza fluxul comunicațional. Evoluțiile de dată recentă (îndeosebi după alegerile din anul 1996) indică o sporire a numărului instituțiilor care au aderat la o strategie a transparenței. Deși s-au înregistrat progrese importante în direcția fluidizării circulației informațiilor, mai ales prin profesionalizarea birourilor de presă, în absența unei legislații care să instituie obli-

gativitatea furnizării de informații pentru toate entitățile – materializare a articolului 31/2 din Constituție: „Autoritățile publice, potrivit competențelor ce le revin, sînt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și a problemelor de interes personal" – și a corectivelor aduse legislației privind secretul de stat, reclamate de jurnaliști, și pe fondul costurilor tot mai mari necesare documentării, continuă să se manifeste o dependență reală a presei față de sursele sale.

3) În cazul *independenței față de proprietari/deținători* considerăm oportun să vorbim mai degrabă despre „libertăți concentrice", în sensul că relația reflectă o stare de independență:

a) proprietarilor față de stat (liberă inițiativă, regim nediscriminatoriu);
b) editorilor față de proprietari/acționari (orientare, program editorial);
c) jurnaliștilor față de editori și proprietari (orientare, program editorial, practici profesionale etc.).

Deși cadrul juridic existent garantează libera inițiativă, evoluția presei românești, din perspectiva deținătorilor puterii economice, relevă deseori supunerea întreprinderii de presă unor interese economice și politice conjuncturale. Cei care au dobîndit putere economică și/sau politică prin activități editoriale, în special în anii 1990-1991, nu vor putea rămîne indiferenți față de evoluțiile politice și economice care le-ar fi putut periclita pozițiile obținute. De aici o serie de ingerințe în politica editorială a redacțiilor în sensul susținerii acelor grupuri și alianțe politice ale căror interese erau în acord cu cele ale patronilor de presă (nu rareori titluri care au intrat în faliment au fost susținute pentru a fi folosite la nevoie, drept „publicații-revolver", utilizate pentru șantaj, linșaje mediatice, apărări nelegitime etc.).

Inițial instrument de cîștig și de legitimare, presa devine ulterior unul de apărare și de conservare a poziției. Este motivul pentru care unele titluri au fost achiziționate de societăți care nu avuseseră pînă la un moment dat activitate editorială.

În acest context intră în joc relația dintre editor și proprietar, în situația în care nu este una și aceeași persoană, a cărui libertate de mișcare este limitată de interese specifice, cu influență directă asupra programului editorial.

Jurnaliștii s-au văzut nevoiți să se integreze strategiilor indicate, mai ales în condițiile în care ei sînt foarte vulnerabili în absența unor raporturi contractuale bine definite. Concedierile colective (*Viitorul românesc, Cotidianul* etc.), ca și demisiile colective (*România liberă, Dreptatea, Zig-zag*) ale jurnaliștilor au avut ca fundament, pe lîngă libertatea de expresie, vizibil limitată, și conflictele de interese, monetare și non-monetare. Cele mai severe condiționări ale libertății jurnaliștilor s-au înregistrat în zona presei politice și, în sens mai larg, a celei „de casă", deținută de persoane sau grupuri interesate mai degrabă de propria imagine decît de obținerea de profituri. „Ziarele sînt autonome, independente de guvern, aprecia profesorul Peter Gross, dar nu și indivizii, grupurile, organizațiile care le dețin. Presa este autonomă și în același timp subordonată intereselor economice, sociale, politice, etnice, religioase și culturale ale proprietarilor.

În cazul proprietarilor individuali, ea este de asemenea subordonată capriciilor, preferințelor, ego-urilor personale" (GROSS, P., 1999, 102).

4) *Independența față de anunțători/furnizori de publicitate* este discutabilă chiar și într-o piață cu reguli funcționale, cu atît mai mult într-una aflată în tranziție. Resursele financiare din publicitate sînt vitale pentru o întreprindere de presă, or datorită evoluțiilor din economia națională șansele presei de a atrage astfel de fonduri au fost semnificativ diminuate. Este evidentă preocuparea editorilor de a nu adopta poziții critice față de marii furnizori de publicitate și de a construi agenda jurnalistică, ținînd seama de posibilele reacții ale acestora, ceea ce se traduce într-o limitare a libertății editoriale. „Managerii publicațiilor sînt tot mai mult presați de realitatea economică să selecteze nu știrile de interes pentru întreaga comunitate, ci pe cele pentru locuitorii din zonele sau segmentele de public atractive pentru cei care cheltuiesc mai mult cu reclama" (BAGDIKIAN, B. H., 1992, 232).

5) Înțelegem prin *independența față de constrîngerile interne* afirmarea pluralismului nu numai la nivelul ofertei mediatice globale, ca formă și conținut, ci și la cel al întreprinderii de presă. Altfel spus, pluralismul intern, libertatea jurnaliștilor de a exprima opinii care nu sînt întotdeauna cele ale proprietarului media, dar care țin de respectarea statutului lor profesional, ca un indiciu al „stării de sănătate" a presei.

Catalogul Publicațiilor din România, IMAS, București, 1997.

Clasificarea Zecimală Universală. Ediția medie internațională, Biblioteca Națională a României, 1998.

Elemente de teoria presei, vol. I și II, Institutul pentru pregătirea cadrelor în problemele conducerii social-politice, București, 1987.

MAGROPRESS, Revista presei maghiare din România, Korunk, Cluj - colecția anilor 1994-1998.

Mass-media din România. Catalogul General, Coord. Valeriu Mangu, Agenția de presă și Informații Pinocchio & Editura Sfera, București, 1998.

Mass-media din România, Societatea Română de Radiodifuziune, Editura Casa Radio, București, 1999.

Monitorul Oficial al României, colecțiile anilor 1989-1998.

National Human Development Report, Romania 1998, UNDP-CNS, Editura Expert, București.

*Raportul Dezvoltării Umane/*România 1996, PNUD-CNS, București, s. e.

Raport de cercetare, 15.06.-15.07.1998, Valentina Marinescu, Laboratorul de Studii Media, Comunicare Politică si Cultură, Institutul de Sociologie, Academia Română.

Raport de cercetare AUDIMAS, martie 1998 - martie 1999.

Spirit Militar Modern, Ministerul Apărării Naționale, anul VII, nr. 5-6, 1995.

SUMAR

Prefață 5

Argumentum 11

De la presa de ofertă la presa de cerere 15
Dispozitivul metodologic și ipotezele de cercetare 15
Jurnalismul - o problemă de legitimitate socială 18
De la discursul „aulic" la discursurile conflictuale 30
Presa și politica 41
Presa, sistemul de drept și sistemul politic 47
Presă - Putere, rezistență - dominare 59

Economia informării 66
Influența factorului economic asupra ofertei media 66
Cheltuielile cu materiile prime. Impozitele și taxele 70
Resursele financiare 79
Difuzarea presei 86
Proprietarii 93
Concentrarea presei 99

Tipologia presei 106
Orientări metodologice 106
Populația statistică 140
Presa tranziției în cicluri editoriale 155

Recompunerea teritorialității mediatice 158
Presa românească în arii şi vocații 158
Presa locală şi regională 162
Presa municipală 172
Presa județeană 175
Presa regională 185
Rețelele de publicații 189

Tipuri de publicații 193
Presa de informare generală 193
Presa magazin 207
Presa politică 212
Presa confesională 216
Presa militară 220
Presa erotică 220
Presa feminină 225
Presa minorităților naționale 236
Alte tipuri de presă 241

Crizele presei româneşti 250
Editor-lector: un contract de încredere 250
Public - conținut, adecvare - inadecvare 256
Tirajele 262

Concluzii 274

Anexe 278

Bibliografie 282

În aceeași colecție:

Seria *Medicină*

G. Bouvenot et al., *Patologie medicală*, vol. 1, Pneumologie
G. Bouvenot et al., *Patologie medicală*, vol. 2, Nutriție, Cancerologie
Marie-Jeanne Aldea et al., *Obstetrică fiziologică*
G. Bouvenot et al., *Patologie medicală*, vol. 3
G. Bouvenot et al., *Patologie medicală*, vol. 4

Seria *Economie*

Tiberiu Brăilean, *Monetarismul în teoria și politica economică*
Tiberiu Brăilean, *O istorie a doctrinelor economice*

Seria *Comunicare*

Ioan Drăgan et al., *Construcția simbolică a cîmpului electoral*
Daniela Rovența-Frumușani, *Semiotică, societate, cultură*
Denis Miguel, *Comunicarea*

Seria *Drept*

Maria Gaiță, *Drept civil. Obligații*

Seria *Filosofie*

Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii*

Seria *Litere*

Ana Dorobăț, Mircea Fotea, *Limba română de bază* (vol. I, II)
Corneliu Dimitriu, *Gramatica limbii române*

Seria *Istorie*

Victor Spinei, *Marile migrații din estul și sud-estul Europei*

Format 1/16 (61x86)
Bun de tipar 2000 • Apărut 2000

PRINTED IN ROMANIA • Tiparul executat la Imprimeria *Institutului European pentru Cooperare Cultural-Ştiinţifică* Iaşi • str. Cronicar Mustea nr. 17 • C.P. 161 • cod 6600 • Tel. Difuzare: 032/233731 • Fax: 032/230197 • euroedit@hotmail.com